



BOGOTÁEXPORTA
POR LA DIVERSIFICACIÓN DE MERCADOS

REPORTE DE MONITOREO SECTORIAL

SECTOR ACABADOS DE LA CONSTRUCCIÓN MÉXICO



Cámara de Comercio de Bogotá

Consuelo Caldas Cano
Presidente Ejecutiva

Luz Marina Rincón Martínez
Vicepresidenta Ejecutiva

María Isabel Agudelo
Vicepresidenta de Competitividad Empresarial

Juan Guillermo Castro
Gerente de Internacionalización de Negocios

María Mónica Conde
Directora de Promoción de Comercio Internacional

Ana María Rodríguez Barros
Asesor de Promoción de Comercio Internacional

Bogotá, 2010

Diseño y diagramación
cre-eight comunicación gráfica

ISBN: 978-958-688-376-4



Tabla de Contenidos

Resumen ejecutivo	5
1. Descripción general del sector	9
1.1 Introducción general al sector	9
1.2 Fortalezas y debilidades	17
1.3 Distribución geográfica	18
1.4 Principales actores	18
2. Principales estadísticas del mercado	19
2.1 Producción total	19
2.2 Exportaciones totales de productos al mundo, incluyendo principales países destino	20
2.3 Importación total de productos, incluyendo los principales países proveedores	21
2.4 Principales productos exportados, incluyendo países destino	22
2.5 Principales productos importados, incluyendo los países de origen de las mercancías	23
2.6 Importaciones por país de origen e importaciones colombianas	26
2.7 Variación porcentual de las importaciones de México desde Colombia	26
3. Análisis de la demanda	28
3.1 Principales productos demandados por el mercado	28
3.2 Características y presentación	28
3.3 Tendencias en la demanda de productos	30
3.4 Oportunidades específicas de negocio	31
4. Descripción de principales canales de distribución y comercialización	33
4.1 Principales importadores y distribuidores nacionales	33
4.2 Principales canales de comercialización	34
4.3 Requerimientos y condiciones específicas por canal de distribución y comercialización: condiciones comerciales, márgenes, volúmenes aproximados, recurrencia de compra y presentación.	35
5. Análisis del entorno competitivo	36
5.1 Países de origen, productos relevantes, fortalezas y debilidades	36
5.2 Productores locales y productos relevantes por región	36
5.3 Presentaciones (empaquete, diseño y embalaje) de productos relevantes por canal de comercialización	38
5.4 Perfil de principales competidores	39
6. Proceso de importación	40
6.1 Principales puertos de entrada	40
6.2 Regulaciones arancelarias y no arancelarias: impuestos a la importación, normas, certificaciones, entre otros. (de las fracciones arancelarias más relevantes del sector)	41
7. Estrategias de promoción y marketing	44
7.1 Eventos de promoción: ferias y exposiciones nacionales y regionales	44
7.2 Publicaciones del sector	44
7.3 Estrategia recomendada de promoción	45
7.4 Recomendaciones para selección de importadores/distribuidores	46
8. Contactos	47
8.1 Cámaras y asociaciones	47
8.2 Distribuidores	48
8.3 Fabricantes	50
8.4 Desarrolladoras y Constructoras	51
Conclusiones	53

Índice de tablas y gráficos

Tabla 1.	Índice Macroeconómico de la Economía de México	12
Tabla 2.	Tamaño del mercado de materiales para construcción	14
Tabla 3.	Principales países fabricantes de la industria cerámica	14
Tabla 4.	Pavimentos cerámicos	14
Tabla 5.	Madera para construcción	15
Tabla 6.	Piedra natural	15
Tabla 7.	Cemento	16
Tabla 8.	Ladrillos y tejas	16
Tabla 9.	Puertas y ventanas de aluminio y sus marcos	16
Tabla 10.	Puertas y ventanas de madera y sus marcos	16
Tabla 11.	Puertas y ventanas de hierro y sus marcos	17
Tabla 12.	Puertas y ventanas de plástico y sus marcos	17
Tabla 13.	Valor y volumen de la producción manufacturera de acabados para la construcción	19
Tabla 14.	Estadísticas de Exportación de México hacia el Mundo 2007-2009.	20
Tabla 15.	Estadísticas de Importación de México desde el Mundo 2007-2009.	21
Tabla 16.	Principales productos exportados de México al Mundo 2007-2009.	22
Tabla 17.	Principales países de destino de las exportaciones mexicanas 2009.	23
Tabla 18.	Principales productos importados por México desde el Mundo 2007-2009.	24
Tabla 19.	Principales países proveedores de México 2009.	25
Tabla 20.	Principales Productos Importados por México desde Colombia.	26
Tabla 21.	Variación porcentual de importaciones por México desde Colombia.	27
Tabla 22.	Descripción de principales productos de plástico para el hogar de México	28
Tabla 23.	Porcentajes mínimos, máximos y promedio para canales de distribución.	35
Tabla 24.	Países de origen, productos relevantes, fortalezas y debilidades.	36
Tabla 25.	Fabricantes por tipo de producto y concentración regional	37
Tabla 26.	Fabricantes por tipo de producto y tamaño	37
Tabla 27.	Aranceles e impuestos de los capítulos 39, 57 y 94	41
Tabla 28.	Regulaciones de los capítulos 39, 57 y 94	42
Gráfico 1.	Crecimiento del sector construcción en México y E.U.	12
Gráfico 2.	Índice de la actividad industrial	13
Gráfico 3.	Financiamiento de la banca comercial al sector construcción	13
Gráfico 4.	Participación del sector en el financiamiento de la banca comercial	13
Gráfico 5.	PIB Nacional de la construcción	18
Gráfico 6.	Cadena de proveeduría del sector productos de plástico para el hogar	18
Gráfico 7.	Participación de los acabados de la construcción	31
Gráfico 8.	Canales de comercialización	34

RESUMEN EJECUTIVO

Producción local

México es uno de los países con mayor potencial de negocio relacionados con proyectos de acabados de construcción en Latinoamérica.

En el mercado de acabados de construcción, además de participar en la entrega por la primera vez de obra, hay oportunidades en el mercado del mantenimiento y la reparación.

Los materiales más comunes requeridos son: pintura tanto interior como exterior, materiales de pared, suelos y techos, rejas, puertas, ventanas, gabinetes de cocina y baño, fontanería y cableado eléctrico. La producción total del sector durante el 2009 se estimó en 8,213.80 millones de USD.

Exportaciones e importaciones

Los principales productos que México exporta al mundo referentes al sector de acabados para la construcción son los demás productos sobre puertas, ventanas, sus marcos, contramarcos y umbrales, con una participación de 38% en el año 2009.

A diferencia de las exportaciones, las importaciones de México sobre acabados para la construcción, ya no se concentran en Estados Unidos, pues su principal competencia proviene de las importaciones de China.

Los principales productos que México importa de Colombia respecto a acabados para la construcción son, fregaderos, lavabos, bañeras, bidés, inodoros y sus cisternas, urinarios y aparatos fijos similares para usos sanitarios de porcelana.

Presentaciones de principales productos

Las principales unidades de medida de los productos del sector de acabados para la construcción son piezas y metros². Los empaques más comunes son los de cartón y plástico principalmente para protección de orillas.

Tendencias en la demanda

En los últimos años se aprecia en México una tendencia a apostar mucho más por el diseño y los productos de diseño. Asimismo se ha convertido en esencial la optimización del espacio y la armonía con el paisaje y el medio, haciendo uso de energía renovables.

En cuestión de tendencias de diseño para el mobiliario y categorías de productos en torno al sector de acabados para la construcción en México la principales tendencias son la desaparición del minimalismo en hoteles, vivienda residencial y áreas comerciales, desaparece el diseño arquitectónico frío y metálico en corporativos y el 'diseño verde' cobra auge.

Mercado residencial

Las casas unifamiliares para familias extensas dominan la industria. Alrededor de la mitad de todos los hogares mexicanos cuentan con dos dormitorios y están ocupadas por un promedio de cinco miembros de la familia. Existe una fuerte preferencia por los ladrillos y productos de cemento y el predominio de viviendas construidas por sus propietarios. Estas casas se construyen típicamente un poco a la vez, y el hormigón y los ladrillos se pueden dejar expuestos mientras el constructor acaba el proyecto.

La construcción con madera es una práctica poco común, además de que las políticas de los bancos y compañías de seguros, que exigen que la vida de hogar supere el plazo de la hipoteca de al menos 50%, hace que este material no se considere adecuado y suficientemente resistente para cumplir con este criterio.

La madera se utiliza para techos, las paredes interiores y las superficies terminadas, pero por la falta de carpinteros cualificados se han limitado aplicaciones.

La mala percepción de la madera está empezando a cambiar en el mercado de altos ingresos, pero el concreto sigue siendo el material de elección en los proyectos de vivienda de bajos ingresos, que construye mayor parte del mercado.

Construcción industrial y comercial

Construcción industrial y comercial han sido el motor de crecimiento de la construcción en México. La Ciudad de México es el centro más importante para la construcción de comercio en el país ya que cuenta con más edificios comerciales, edificios de oficinas, centros comerciales y hoteles que cualquier otra ciudad en el país.

La demanda de alta calidad y los complejos de oficinas de última generación (conocido en la industria como edificios triple A) sigue aumentando en esta zona.

Los materiales de construcción más utilizados en la construcción comercial son el hormigón, acero, vidrio, pavimentos de baldosas y bloques de cemento, seguido de la madera. Existe una tendencia hacia el uso de tecnologías avanzadas y materiales especiales para protección contra terremotos así como en una mayor utilización de productos de diseño y alta calidad que demanda el creciente número de inversores extranjeros en México.

Los edificios inteligentes tienen funciones que demandan materiales de bajo consumo, infraestructura de telecomunicaciones, sistemas automatizados de control de temperatura y ventilación, sistemas de control de acceso de seguridad centralizado, mantenimiento y limpieza y sistema de emergencias.

Oportunidades para productos colombianos

Se detectaron tres productos principales en los que Colombia puede tener un gran potencial. Las puertas, ventanas, sus marcos y contramarcos de hierro y acero, son los principales productos demandados por el mercado mexicano. A pesar de haber tenido un crecimiento negativo en el 2009 este rubro mantuvo su participación del 18%.

Otro producto de gran relevancia son los productos cerámicos como los azulejos para pavimentación y revestimiento. Actualmente los productos de origen colombiano cuentan con una participación en el mercado mexicano del 0.06%. Sin embargo estos constituyen el segundo producto con mayor demanda en la industria de acabados para la construcción, por lo que representan una oportunidad para los proveedores colombianos.

Igualmente los lavaderos, lavamanos y especialmente los inodoros que aumentaron su participación a un 0.03%.

Descripción de principales canales de distribución y comercialización

Los constructores y desarrolladores dependen principalmente de los distribuidores mexicanos para la compra de productos importados, ya que no tienden a la importación. Los centros importantes para los distribuidores de productos de la construcción son la Ciudad de México, Puebla, Mérida, Tijuana, Guadalajara, Monterrey y Querétaro.

La red de distribución mexicana está constituida por canales muy diversos, como son importadores directos, representantes, agentes de ventas, distribuidores, detallistas, arquitectos, así como por empresas subsidiarias de exportadores extranjeros, quienes dirigen los productos al usuario final, que son, ya sea clientes independientes o empresas de construcción e inmobiliaria.

Requerimientos y condiciones específicas por canal de distribución y comercialización

Dentro de los diversos canales de distribución existentes en México para el sector de acabados para la construcción se manejan diversos requerimientos y condiciones de pago y cobranza, que deben de considerar los nuevos proveedores, en especial aquellos que no son locales.

El descuento habitual en agentes se sitúa entre el 15%-20% sobre el precio de venta al público. Por otra parte el descuento a las distribuidoras está en alrededor del 21.5% sobre el precio de venta al público, en función del poder de distribución que tenga dicha empresa y si la empresa distribuidora trabaja exclusivamente con el fabricante.

Análisis del entorno competitivo

Los 3 principales competidores extranjeros en el mercado de acabados para la construcción mexicano son Estados Unidos, en primer lugar, seguido de China el cual tiene una participación en el mercado del 19% y España.

Según la Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción, CMIC, hay en México más de 9.000 productores de materiales de construcción, de las cuales unas 2.150 exportan parte de su producción.

Proceso de importación

Los principales puertos de entrada de los productos Colombianos son el Puerto de Manzanillo en el Océano Pacífico y los puertos de Veracruz y Tampico en el Golfo de México. Colombia y México cuentan con un Tratado de Libre Comercio que ha promovido el intercambio comercial entre ambos países.

Con respecto a las regulaciones arancelarias y no arancelarias, las importaciones de acabados para la construcción están exentos del pago de arancel para Colombia. Para el pago del Impuesto al Valor Agregado las fracciones deberán pagar un IVA general del 16%. Si estos productos tienen destino para su comercialización en la zona de Región Fronteriza deben pagar un 11% de IVA.

La fracción 84818021 debe cumplir con las siguientes Normas: NOM-093-SCFI-1994, establece las especificaciones de seguridad y criterios básicos de fabricación de artículos de grifería. La NOM-005-CONAGUA-1996, sobre especificaciones y métodos de prueba de los fluxómetros para tazas de inodoros y mingitorios. La NOM-010-CONAGUA-2000 sobre métodos de prueba y especificaciones de las válvulas de admisión, descarga y elementos de operación y/o sello que se instalan en los tanques de inodoros.

La subpartida 69101001, deberá de cumplir con la Norma Oficial Mexicana actual NOM-009-CONAGUA-2001 que establece las especificaciones y métodos de prueba que deben de cumplir los inodoros tanto de fabricación nacional como de importación, con el fin de asegurar el ahorro de agua en su uso y funcionamiento hidráulico.

Estrategias de promoción y marketing

Para la industria de acabados de la construcción en México existen diversas opciones para dar a conocer los productos y acercarlos al mercado meta. Páginas en Internet con oferta de catálogo y enlace a principales directorios de la industria de la construcción. El catálogo físico es una herramienta de trabajo esencial. Showrooms, permite a la empresa exhibir toda su gama de productos. Esta opción es ideal cuando la empresa tiene ya experiencia en el mercado y ventas que soporten la inversión. Anuncios en directorios y publicaciones especializadas. Participación en expos y ferias para mostrar la oferta de su gama de productos y establecer contacto directo con los responsables de compras de un proyecto. Participación en acciones promocionales de asociaciones sectoriales y organismos oficiales.



1. Descripción general del sector

1.1 Introducción general al sector

El presente estudio realiza un análisis de las oportunidades existentes para el sector de acabados para la construcción colombiano en México. En base al potencial exportable de este sector en Colombia, la Cámara de Comercio de Bogotá determinó que el estudio se realizará para partidas seleccionadas de los siguientes capítulos del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías:

- 39 Plástico y sus manufacturas.
- 44 Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera.
- 45 Corcho y sus manufacturas.
- 57 Alfombras y demás revestimientos para el suelo, de materia textil.
- 68 Manufacturas de piedra, yeso fraguable, cemento, amianto (asbesto), mica o materias análogas.
- 69 Productos cerámicos.
- 73 Manufacturas de fundición, hierro o acero.
- 74 Cobre y sus manufacturas.
- 76 Aluminio y sus manufacturas.
- 84 Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; partes de estas máquinas o aparatos.

Entorno nacional

Desde hace casi 25 años, México emprendió un camino hacia una mayor apertura económica, liberación del comercio internacional y la atracción

de flujos de inversión. Hoy el país cuenta con un atractivo ambiente de negocios, certidumbre jurídica, sectores económicos con amplio desarrollo y costos altamente competitivos. México avanza en materia de infraestructura, con el objetivo de convertirse en una plataforma logística de clase mundial y progreso en materia de desregulación para facilitar la operación de los negocios.

Con una población de poco más de 100 millones de habitantes y 45.7 millones de ellos en edad productiva, el tamaño del mercado interno es atractivo para las empresas que buscan vender o instalarse en el país¹

En 2008 México ocupó la posición 13 por su tamaño de economía y para el año 2040 será una de las cinco economías más grandes del mundo. Por otro lado, la ubicación geográfica del país y la red tratados comerciales que ha negociado son una excelente plataforma para vender desde México al resto del mundo. Los doce tratados de libre comercio celebrados con 44 naciones hacen de México uno de los países más abiertos al comercio internacional y con acceso preferencial a

1. El PIB de México es de 1 mil 086 miles de millones de dólares en 2009.

más de mil millones de consumidores potenciales (con ingreso equivalente al 60% del PIB mundial).

El sector de acabados para la construcción en México

La industria de la construcción en México no se ha visto gravemente afectada por la recesión como otras industrias, ya que existen diversas propuestas y proyectos industriales y de infraestructura. El gobierno actualmente está intensificando la inversión en obras públicas, mientras que el sector privado busca aprovechar los costos bajos en cuanto a material y mano de obra para seguir adelante con proyectos comerciales y hoteleros en la ciudad de México, Puerto Vallarta, Baja California, Monterrey, San Miguel de Allende, Guadalajara y la Riviera Maya, principalmente.

Con una población creciente, en el país existe un déficit de aproximadamente 4 millones de hogares. La demanda es constituida principalmente por vivienda de bajos ingresos. Por otro lado existe la propuesta para el desarrollo de 20 nuevas ciudades satélites con casas nuevas con un valor de entre 38,500 USD y 77,000 USD.

Una de las prioridades del gobierno mexicano es el Plan de Desarrollo Integral 2007-2012 para el desarrollo del turismo y la generación de inversiones, empleos, así como combatir la pobreza en las zonas con atractivos turísticos. Este plan tiene como meta incrementar en un 35% la llegada de turistas internacionales al país para el 2012, logrando una inversión turística superior a los 20 mil millones de dólares.

Debido a la expansión hotelera y de renovación que se desarrolla continuamente en el país, esto representa una gran oportunidad para las empresas del sector de acabados de construcción.

El gobierno ha implementado proyectos de vivienda federal, estatal y municipal y asignado fondos

a las instituciones gubernamentales que apoyan el desarrollo, principalmente de vivienda de bajo ingreso, y algunos de vivienda de medio y alto ingreso. Además de apoyar los esfuerzos de las empresas privadas, tanto nacionales como extranjeras, que participan en esta industria, a fin de contrarrestar el déficit habitacional del país.

Entre estos proyectos se encuentran la evolución del Valle de las Palmas en Tijuana con 165.000 casas para 800.000 personas y Zumpango, situado al norte de la Ciudad de México, con 100.000 casas para 500.000 personas.

La construcción sustentable y sostenible ha adquirido una importancia creciente en México en los últimos años. La Comisión Nacional de Vivienda ha puesto a la sustentabilidad como un punto fundamental en su programa. Aunque la vivienda no forma parte del Programa Nacional de Infraestructura, el gobierno mexicano planea invertir entre \$ 200 – 250 billones de USD en este sector, en el período 2010- 2012.

En 2007 el presidente Calderón se comprometió a apoyar a los desarrolladores de vivienda con la promoción de proyectos de viviendas sostenibles, así como para aumentar la participación de la inversión pública con el fin de apoyar a los inversores privados para mejorar la infraestructura para proyectos de vivienda. Las empresas que se destacaron por su gran desempeño operativo son Urbi, Casas Geo, Sare y Homex.

Casas Geo, Sare y Homex también se benefician por el programa “Esta es tu casa” y presentó en 2007 un aumento en ventas y EBITDA de más de dos dígitos. Homex inició sus operaciones en nuevas ciudades como Ensenada, Baja California, y Torreón, en Coahuila. Casas Geo inicia el proyecto de vivienda más grande para una sola comunidad con más de 20,000 viviendas en cinco etapas. Sare Hill hace lo mismo en otro proyecto de 10,000 viviendas. Además, los desarrolladores

de tamaño medio y pequeñas viviendas siguen el desarrollo de sus proyectos con el fin de alcanzar los objetivos del Gobierno Federal de la vivienda.

Las empresas mexicanas que participaron en el mercado de valores local anunciaron un crecimiento estimado de cerca de 9% en 2009. También los representantes del Instituto del Fondo Nacional de Vivienda para los Trabajadores (INFONAVIT), Ara, Geo, Homex, Urbi y Sare, proyectaron que la vivienda en México continuará su crecimiento, siendo el mejor mercado en la industria de la vivienda casas de entre \$ 28,000 y 50,000 USD.

Por otro lado, el mercado de la vivienda de bajos ingresos, que oscilara entre \$12.000 y \$27.000USD, presentará un crecimiento debido a los incentivos federales, estatales y municipales, orientados a apoyar a ese sector de la población mexicana.

El mercado de vivienda en México también cuenta con varios programas de notable desarrollo sostenible como aquellos desarrollados por la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda (SEDUVI), como "Un Nuevo Orden Urbano", "Techos Verdes", y "Desarrollo Sostenible para el Distrito Federal", los cuales han creado una demanda de materiales de construcción respetuosa con el medio ambiente y las tecnologías verdes.

Como punto importante a destacar en el análisis de los materiales de construcción, es relevante mencionar que México es exportador neto de uno de los principales productos de construcción, debido a la exportación de cemento por Cemex (Cementos Mexicanos). Cemex es el mayor proveedor nacional y es uno de los productores de cemento líder a nivel mundial. Sin embargo, para otros productos de construcción que excluye cemento, México es un importante importador.

Los fabricantes nacionales de materiales de construcción se han concentrado en la producción de

los productos prefabricados de hormigón, cemento, acero, grava, ladrillo, arcilla, vidrio plano, mármol, cerámico, azulejos, accesorios de plomería, tubería de hierro fundido y accesorios.

Los materiales de construcción más utilizados en la construcción comercial e industrial son de hormigón, acero, vidrio, baldosas y bloques de cemento, seguido de la madera. Existe una tendencia hacia el uso de tecnologías avanzadas y materiales especiales, sobre todo en la Ciudad de México, que está sujeto a los terremotos.

Por su parte, la construcción comercial y la afluencia de inversores extranjeros, ha creado una demanda de espacio de oficinas de primera calidad en los principales centros urbanos, por lo que existe una demanda importante de materiales de acabado de interior de alta calidad.

Situación actual del sector de construcción en México 2010

El sector de la construcción en México es uno de los sectores menos ligados al desempeño de su símil en los Estados Unidos, aunque esto no lo exenta del todo de estar sujeto a los ciclos económicos de éste país.

Esto convierte al sector constructor en uno de los más fuertes y ágiles para contrarrestar el impacto económico global, logrando ser uno de los primeros en ponerse en su posición original de crecimiento.

En la siguiente gráfica se muestra el crecimiento del Producto Interno Bruto generado por el sector construcción mexicano y el valor del sector privado de construcción en Estados Unidos.

Se puede observar que no existe una relación clara entre las dos variables, lo que confirma el poco impacto que tiene el sector estadounidense en el sector mexicano y por lo tanto sus amplias posibilidades de crecimiento.

Gráfico 1. Crecimiento del sector construcción en México y Estados Unidos



Fuente: Higa Consultores

Durante el primer semestre del año 2010, el PIB de la Construcción tuvo una caída de 2.7%, pese

a que este sector había sido señalado como uno de los motores de la recuperación económica de México. Sólo la rama de "Trabajos Especializados para la Construcción" mostró un desempeño positivo de 2.0% en relación a los primeros seis meses de 2009, mientras que "edificación", donde está la vivienda, cayó 3.2% y "Construcción de Obras de Ingeniería Civil y Obra Pesada reportó -2.7% en sus resultados del presente año.

De acuerdo con la Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción (CMIC) se espera que para finales del 2010 la industria terminará en -1.5%, por lo que el crecimiento del PIB sería del 4.5%, durante este año para la economía mexicana.

De acuerdo a la Cámara Nacional de la Industria de la Construcción, los indicadores actuales de macroeconomía Mexicana, son los siguientes:

Tabla 1. Indicadores Macroeconómicos de la Economía Mexicana

INDICADORES MACROECONÓMICOS DE LA ECONOMÍA MEXICANA 2010												12 de noviembre de 2010	
I. PRODUCCIÓN	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	
	1er. Trimestre			2do. Trimestre			3er. Trimestre			4to. Trimestre			
PIB Nacional (var % anual)	4.3			7.6									
PIB de la Construcción (var % anual)	-3.5			-1.9									
Producción Industrial (var % anual, Base 2003=100)	3.4	4.5	7.6	6.7	8.3	8.4	4.8	7.6	6.3				
Producción Manufacturera (var % anual, Base 2003=100)	8.0	9.0	13.5	11.8	14.3	15.4	8.8	11.8	8.3				
Índice de la Actividad de la construcción (variación anual %)	-5.6	-4.1	-0.7	-1.6	0.6	-3.8	-3.1	1.4	4.7				
Ventas al Mayorero de Maquinaria y Equipo (var % anual)	-21.7	-15.2	3.4	2.3	23.7	7.2	2.5	4.9					
II. INVERSIÓN													
Inversión Fija Bruta (var % anual, Base 2003=100)	-4.5	-2.1	2.9	1.0	6.2	0.7	0.8	4.8					
Inversión Fija Bruta en construcción (var % anual, Base 2003=100)	-1.5	-0.8	4.0	0.1	2.6	0.3	1.2	2.1					
Inversión Privada en la construcción (Var. % anual, Base 2003=100)	1.8			0.9									
Inversión Pública en la construcción (var % anual, Base 2003=100)	-2.6			1.1									
Inversión Extranjera Directa (mdd)	4,876			7,364									
Inversión Extranjera Directa en Construcción (mdd)	-76			-55									
III. INGRESOS EXTERNOS													
Exportaciones petroleras (mdd)	3,103	2,817	3,387	3,370	3,669	2,584	3,370	3,392	3,244				
Turismo (mdd)	931	979	1,088	788	652	729	831	674	468				
Remesas (mdd)	1,321	1,549	1,950	1,784	2,139	1,885	1,867	1,947	1,715				
IV. EMPLEO													
Tasa de Desempleo (variación anual %)	5.9	5.4	4.8	5.4	5.1	5.1	5.7	5.4	5.7				
V. PRECIOS Y TASAS													
Inflación Anual (INPC variación anual %)	4.5	4.8	5.0	4.3	3.9	3.7	3.6	3.7	3.7	4.0			
Inflación en Materiales de Construcción Residenciales (INPP variación anual %)	1.3	2.3	2.7	3.1	4.1	5.3	5.2	4.5	4.0	4.7			
Precio Promedio Mezcla Mexicana (dólares por barril)	72.2	70.2	72.1	74.4	67.8	67.4	68.5	69.7	69.9				
Tipo de Cambio Promedio mensual (pesos/dólar) FIX	12.8	12.9	12.6	12.2	12.7	12.7	12.8	12.8	12.8	12.4			
Cetes a 28 días (tasa promedio mensual)	4.9	4.9	4.9	4.9	4.9	4.9	4.9	4.9	4.9	4.9			
IPYC Índice de la Bolsa Mexicana de Valores, fin de cada período	30,392	31,635	33,266	32,687	32,039	31,157	32,309	31,680	33,330	35,568			
VI. COMERCIO EXTERIOR													
Balanza Comercial (mdd)	-	444	423	393	102	179	-	341	-	699	-	560	
Exportaciones (mdd)	19,190	21,303	26,104	24,866	24,803	24,996	23,328	26,916	25,301				
Importaciones (mdd)	19,634	20,880	25,711	24,764	24,624	25,337	24,364	27,615	25,862				
Reservas Internacionales (mdd)	92,995	94,470	96,036	98,276	98,478	100,295	104,010	106,234	108,020				
Deuda Externa Total (mdd)	168,235			170,181									
Deuda Externa Pública (mdd)	96,773			96,216									
Deuda Externa Privada (mdd)	71,462			73,965									

a/p cifras oportunas
mdd: millones de dólares
n.d.: No disponible

Fuente: Generación de Economía y Finanzas, Dirección Técnica de la CMIC con datos de la Secretaría de Economía, INEGI y Banco de México.

Gráfico 2. Índice de la Actividad Industrial

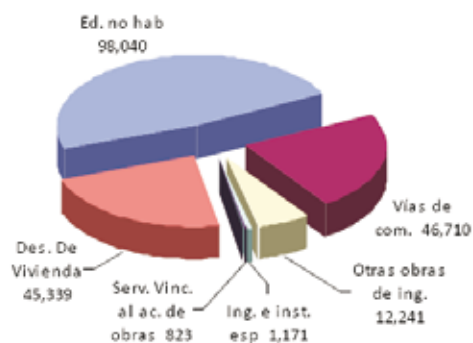


Fuente: Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción (CMIC)

Los montos destinados a financiar la construcción de vivienda han crecido aproximadamente un 30% respecto al año anterior. En el gráfico anterior, se puede observar que en comparación con otras industrias, la de la construcción en México presenta una disminución del 1.4%. La industria de la construcción ha presentado tasas negativas desde el 2008.

Gráfico 3. Financiamiento de la banca comercial

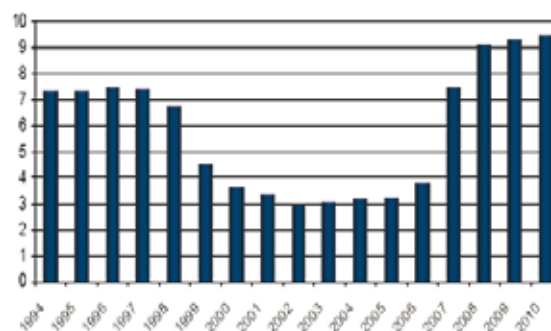
Financiamiento de la banca comercial al sector de la construcción
(Participación %)
Septiembre de 2010



Fuente: Gerencia de Economía y Financiamiento con datos del Banco de México

Gráfico 4. Participación del sector al sector de la construcción en el financiamiento total de la Banca Comercial

(Diciembre de cada año y julio de 2010)



Fuente: Gerencia de Economía y Financiamiento con datos de Banco de México.

Fuente: Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción (CMIC)

Sector de acabados de construcción

México es uno de los países con mayor potencial de negocio relacionados con proyectos de acabados de construcción en Latinoamérica, y se encuentra en plena expansión de búsqueda de socios y proveedores estables.

El objetivo para el 2012, es que a todas las viviendas nuevas se les incluyan dispositivos para el ahorro de agua y energía. Esto abre oportunidades para los acabados de construcción en el diseño inteligente, la eficiencia energética y la tecnología verde que cada vez son más demandados.

En el mercado de acabados de construcción, además de participar en la entrega por la primera vez de obra, hay oportunidades en el mercado del mantenimiento y la reparación. Generalmente en los segmentos de ingresos medios y altos, el mantenimiento es requerido cinco a siete años después de la construcción de la casa.

Los materiales más comunes requeridos son: pintura tanto interior como exterior, materiales de la

pared, suelos y techos, rejas, puertas, ventanas, gabinetes de cocina y baño, fontanería y cableado eléctrico.

Tabla 2. Tamaño del mercado de materiales de construcción. Millones de USD

	2007	2008	2009
Mercado de importaciones	3.210,00	3530,00	3.741,00
Fabricación local	7.350,00	7.791,00	8.213,80
Exportaciones	3.120,00	3.307,00	3.439,00
Mercado en TOTAL	6.722,18	7.24,67	7.340,79
Tipo de cambio (Peso/dólar)	11,00	12,50	

Fuente: ICEX

Entre los años 2007 y 2012 los proyectos más importantes de construcción de vivienda se concentran en 100 ciudades principales, cada una con 50,000 habitantes como : México DF, Guadalajara, Monterrey, Querétaro, Pachuca y Toluca.

Los proyectos de construcción incluyen la vivienda, los edificios altos de oficinas, centros comerciales, plantas industriales, hospitales, teatros, hoteles, campos de golf y museos, con una inversión total de más de 64 mil millones de dólares entre años 2008 y 2010.

Los segmentos del mercado que demanda la mayoría de los materiales de construcción son los de menores ingresos, la construcción rápida y los niveles de ingreso medio.

La industria de cerámica

La industria de cerámica es vista como una extensión de la industria de la construcción en México y se estima una fabricación y venta de 1 60 millones de metros cuadrados de pisos y azulejos para el año 2011, equivalente a un aumento de 200 millones de metros cuadrados.

La industria espera que esta tendencia positiva continúe durante los años siguientes. Por otra lado la industria de la construcción predice que la po-

blación anualmente demandará entre 700 y 900 mil casas nuevas en los próximos 20 años.

México es el sexto mayor productor de cerámica en el mundo y el octavo en términos de ventas. Exporta alrededor de 11 millones de piezas de productos sanitarios anualmente. Sus principales competidores son China, Turquía, España, India e Italia.

La producción mundial de productos sanitarios se estima en 272 millones de piezas al año.

Tabla 3. Principales fabricantes de la industria cerámica

Lugar	País
1	China con 100 millones de piezas
2	India
3	Rusia
4	Brasil
5	Tailandia
6	México con 28/30 millones de piezas

Fuente: ICEX

La producción de pisos cerámicos en México ha crecido en los últimos años, al igual que su consumo, a pesar de la situación actual del mercado de la construcción y su consiguiente disminución en la demanda de materiales de construcción.

Tabla 4. Pavimentos cerámicos (millones de USD)

	2006	2007	2008
Producción	1004,471	1054,255	1181,790
Importaciones	116,35	150,71	175,83
Exportaciones	314,64	305,05	332,97
Consumo	994,417	1054,329	1107,479

Fuente: ICEX

Productos de madera

Tanto para maderas duras y blandas, la industria manufacturera en México de muebles y la construcción son segmentos claves del mercado, principalmente en las molduras, carpintería y pisos. El

sector de la construcción es también el principal consumidor de madera estructural, de madera blanda, madera tratada, y paneles estructurales utilizados tanto en la construcción con estructura de madera como en concreto de formación.

Pisos importados y puertas de madera se consideran un lujo, utilizado principalmente por las clases altas en residencias y edificios comerciales de segmento económico alto. Sin embargo, suelos laminados importados han hecho avances significativos en participación de mercado frente a los fabricantes locales de madera y pisos de parquet, principalmente por el factor precio.

Sin embargo la demanda de piso de madera ha crecido en los últimos años particularmente en los principales mercados urbanos ubicados en los estados de Nuevo León, Jalisco, Guanajuato, Querétaro, Aguascalientes y México. Las ventas de pisos están aumentando un 15% anualmente.

Los productos del mercado local son fabricados a partir de fresno blanco, haya americano, abedul, cereza, arce duro, roble rojo, roble blanco y pino blanco.

Anualmente se incrementa la demanda de los productos de madera. Las puertas tiene un incremento de 10% al año. La demanda de ventanas de madera y sus marcos, en comparación, está creciendo sólo un 5% anualmente, principalmente por razones de seguridad y los altos costos de mantenimiento. Estas ventanas se usan principalmente por los hoteles de lujo en el Pacífico y las zonas del Caribe, y por algunos clientes residenciales para aplicaciones en interiores que a veces se combina con aluminio en la cara exterior para mayor protección.

En este sub sector, la producción nacional en el año 2007 perdió terreno respecto al año anterior, si bien este descenso en la producción se recuperó en el 2008, cuando superó los 122 millones

de USD, sigue una tendencia a la baja, ya que respecto al 2006 se redujo en 1,7 millones de USD. El consumo siguió el mismo comportamiento, sufriendo una disminución en el 2007, recuperándose levemente.

Tabla 5. Madera para la construcción.
Millones de USD

	2006	2007	2008
Producción	124,331	119,172	122,539
Importaciones	117.25	106.91	82.15
Exportaciones	108.85	81.68	63.34
Consumo	121,018	115,764	116,375

Fuente: Icesx

Piedra natural

Dentro de este sub sector incluimos el mármol, el granito y la pizarra utilizados en la construcción. De acuerdo con datos del INEGI, existe una tendencia creciente desde el año 2004 al año 2008 (último año del que se disponen datos) en cuanto a la producción de mármol.

En lo referente a las importaciones, éstas se mantienen básicamente constantes, a pesar de que se puede apreciar un ligero descenso en el año 2007. Por su parte, las exportaciones experimentaron un incremento muy importante, el cual equivale a 4,45 millones de USD entre los años 2006 y 2008.

Tabla 6. Piedra natural. Millones de USD

	2006	2007	2008
Importaciones	3.08	2.62	3.02
Exportaciones	2.22	3.76	6.67

Fuente: ICEX

Cemento

México es un gran productor de cemento. La empresa mexicana Cemex es el primer productor de cemento en Norteamérica y el tercero a nivel mundial, ocupando el quinto puesto en el listado

de las 500 compañías más importantes de México. Los ingresos de Cemex aumentaron durante el 2008 un 3%.

Según cifras de la Cámara Nacional del Cemento, CANACEM, el consumo por habitante no ha dejado de aumentar desde el año 2001 (273 Kg per cápita) hasta el año 2007 (347 Kg per cápita).

La demanda local de cemento blanco presentó una evolución positiva en los últimos años, exceptuando el año 2008, pasando de 27,7 millones de toneladas en el año 2001 a 36,8 millones de producción en el año 2007. La producción local se situó por encima de este consumo. En el 2008, la demanda local fue de 35,1 millones de toneladas y la producción local de 37,1 millones de toneladas.

Como muestra la tabla, la producción y el consumo de cemento en el año 2008 descendió en gran medida a causa de la paralización a nivel global de los proyectos de construcción en infraestructura.

Tabla 7. Cemento. Millones de USD

	2006	2007	2008
Producción	5981.003	6235.324	4806.601
Exportaciones	122.104	106.74	145.10
Importaciones	12.54	14.51	14.58
Consumo	5923.385	6108.428	4776.214

Fuente: ICEX

Ladrillos y tejas

La producción de tejas y ladrillos mexicanos ha sido positiva en los últimos 4 años y se ha concentrado en cubrir el consumo nacional, que se ha elevado intensamente desde el año 2008. Como se puede observar en la siguiente tabla, la importación de la teja y el ladrillo no es muy significativa, aunque ha crecido en los últimos años, alcanzando un valor de 0,83 millones de USD. Por el contrario, las exportaciones se han reducido progresivamente.

Tabla 8. Ladrillos y tejas. Millones de USD

	2006	2007	2008
Producción	150.880	192.188	318.569
Importaciones	0.57	0.61	0.83
Exportaciones	56.54	41	26.51
Consumo	175.864	182.477	305.900

Fuente: ICEX

Puertas y ventanas de aluminio, y sus marcos

El consumo de puertas y ventanas de aluminio y sus marcos aumentó más de 265 millones de USD para el año 2008. Las exportaciones de puertas y ventanas de aluminio también aumentaron, llegando a alcanzar los 46 millones de USD. Sin embargo, las importaciones disminuyeron ligeramente.

Tabla 9. Puertas y ventanas de aluminio, y sus marcos. Millones de USD

	2006	2007	2008
Producción	761.508	829.565	1028.448
Exportaciones	29.12	43.93	46.13
Importaciones	16.20	15.50	15.25
Consumo	768.541	821.477	1034.081

Fuente: ICEX

Puertas y ventanas de madera, y sus marcos

Aunque las exportaciones disminuyeron en el año 2007, estas pasaron de 54,47 millones de USD en el año 2006 a 57,86 millones de USD en el año 2008, aumentando 3,39 millones de USD. Las importaciones tuvieron un comportamiento positivo, pero disminuyeron en el año 2008.

Tabla 10. Puertas y ventanas de madera, y sus marcos. Millones de USD

	2006	2007	2008
Exportaciones	54.47	50.81	57.86
Importaciones	22.5	31.36	26.48

Fuente: ICEX

Puertas y ventanas de hierro y acero, y sus marcos

Las exportaciones e importaciones de puertas y ventanas de hierro y acero y sus marcos mantuvieron una tendencia creciente entre los años 2006 y 2008. Las importaciones han aumentado debido a que la producción mexicana no cubre las necesidades locales por lo que se hace necesaria la importación de productos, con el fin de satisfacer la demanda local.

Tabla 11. Puertas y ventanas de hierro y acero, y sus marcos. Millones de USD

	2006	2007	2008
Exportaciones	26.46	35.48	38.72
Importaciones	74.62	76.65	117.78

Fuente: ICEX

Puertas y ventanas de plástico, y sus marcos

Las importaciones y exportaciones de puertas y ventanas de plástico y sus marcos sufrieron una disminución importante entre los años 2006 y 2008.

Tabla 12. Puertas y ventanas de plástico, y sus marcos. Millones de USD

	2006	2007	2008
Exportaciones	14.36	10.24	8.85
Importaciones	14.79	13.63	11.15

Fuente: ICEX

1.2. Fortalezas y debilidades

Las principales fortalezas del sector de acabados para la construcción en México que pueden ser beneficiosas para las empresas proveedoras colombianas se refieren, en primer lugar, al desarrollo de proyectos de vivienda (remodelación, construcción de casa nuevas de ingresos bajos, medios y altos principalmente en las ciudades más pobladas, tales como: México DF, Guadalajara, Mon-

terrey, Querétaro, Pachuca y Toluca), durante los próximos dos años. En segundo lugar, el creciente interés de las empresas locales hacia las nuevas tecnologías verdes y la edificación sustentable. En tercer lugar México es la segunda más grande y más estable economía de América Latina, la región noreste de México ha sido tradicionalmente muy dinámica y un polo de desarrollo económico para muchas industrias, y en particular el sector de la construcción. Por último el país cuenta con emergente clase media que demanda productos de mayor valor agregado, además de un mercado turístico con mucha inversión y gran potencial.

Las principales debilidades de esta industria y que son un reto para los exportadores colombianos, son la sensibilidad al precio, incluso en los segmentos medio y alto del mercado, el acceso de Estados Unidos al mercado mexicano a través de asociaciones con empresas locales, en particular para la infraestructura industrial, comercial y edificios industriales, además de la creciente competencia de los productos asiáticos que han ganado una participación del 19% en el mercado en últimos años. Una debilidad importante es que no existen medidas estandarizadas en la industria, por lo que productos como ventanas y puertas son fabricadas a la medida, lo cual complica la situación para los proveedores. Las diferencias en los valores culturales y estéticos, las prácticas comerciales, el clima, los materiales, los procesos de construcción, estructura financiera, condiciones de pago, entre otros factores, requieren flexibilidad y compromiso para adaptarse a las necesidades de mercado mexicano.

1.3. Distribución geográfica

Gráfico 5. PIB Nacional de la construcción 2009*



El Distrito Federal y el área metropolitana suponen casi el 20% de la población del país, y dispone de la mayor renta per cápita y de la población activa más preparada.

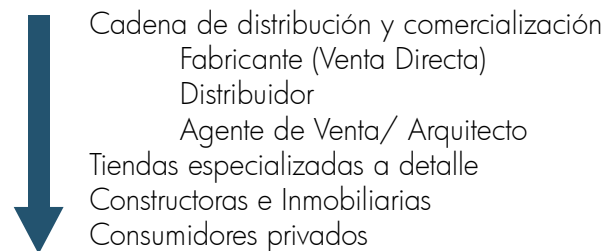
El Estado de México y de Nuevo León, Monterrey, así como las zonas fronterizas con Estados Unidos (inversiones en maquila) también son zonas de especial relevancia en materia de atracción de inversiones.

Las principales zonas de oportunidad se encuentran en las grandes ciudades como México DF, Guadalajara, Monterrey, Querétaro, Puebla, Mérida, Tijuana, Toluca y Guanajuato, y centros turísticos como Cancún, Vallarta, Mazatlán, Los cabos, Loreto, Ixtapa, principalmente.

1.4. Principales actores

La cadena de proveeduría del sector de acabados para la construcción está conformada por los siguientes actores:

Gráfico 6. Cadena de proveeduría del sector de acabados para la construcción





2. Principales estadísticas del mercado

2.1. Producción total

De acuerdo con la siguiente tabla, del Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía de México (INEGI) la producción manufacturera del sector de acabados para la construcción en México registró ligeras variación porcentuales durante el período 2007-2008.

El principal producto que encabeza la industria manufacturera de productos ferreteros son, los tanques metálicos para almacenamiento y tubos de acero con una variación 0.23%, para cada uno. Le siguen las losas de mármol con 0.20% y, las estructuras metálicas con 0.19%. En cuarto lugar, se encuentran los accesorios de plástico para el baño con 0.15%.

Tabla 13. Producción total en acabados de construcción 2007-2009

Descripción	2009		2008		2007		Variación %	
	Volumen	Miles de dólares	Volumen	Miles de dólares	Volumen	Miles de dólares	2007-2008	2008-2009
Volumen (pieza)								
Artículos de plástico reforzado - Accesorios para baño	677287	659087.5	772713	711537.5	616366	608075	0.15	-0.08
Artículos de plástico reforzado - Tinas de hidromasaje	18849	1182450	23242	1527337.5	25548	1427725	0.07	-0.29
Muebles de baño - Inodoros - Blanco de una pieza	604604	3241562.5	716266	3390700	766070	3298925	0.03	-0.05
Losetas cerámicas - Decoradas y sin decorar	81552330	68549575	94231831	90373387.5	94178899	91029325	-0.01	-0.32
Muebles de baño - Inodoros - De color de una pieza	838180	4190250	830032	3883362.5	813651	3577187.5	0.08	0.07
Tanques metálicos de calibre grueso - Para cilindros y tanques	0	0	0	0	1347675	688637.5	0.00	0.00
Tubos, bloques de cemento y concreto - Adoquín y adocreto	23324482	1317825	32717147	1697012.5	25879909	1500187.5	0.12	-0.29
Volumen (Juego)								
Muebles de baño - Inodoros - Blanco de dos piezas	3098166	16219900	3312878	16013850	3813649	16918262.5	-0.06	0.01
Muebles de baño - Inodoros - De color de dos piezas	697577	4038362.5	830915	4820650	924642	5126662.5	-0.06	-0.19
(Miles de piezas)								
Tubos y bloques de cemento y concreto - Tabicón y tabique	53568	2028225	54286	2278162.5	70765	2887612.5	-0.27	-0.12
Ladrillos no refractarios - Baldosas y losetas esmaltadas y naturales	37841	2332025	35401	2036262.5	33858	1970262.5	0.03	0.13

Volumen (Mts2)								
Productos de mármol - En losas	106502	452637.5	199732	851987.5	128271	683500	0.20	-0.88
Productos de mármol - En losetas	594134	2185462.5	950410	3155800	1261528	3926337.5	-0.24	-0.44
Baldosas cerámicas - Lisas	48129465	35333700	53591385	36639262.5	47257227	31766200	0.13	-0.04
Tubos y bloques de cemento y concreto - Mosaicos graníticos	181845	340500	214902	409637.5	256554	458037.5	-0.12	-0.20
Materiales para construcción elaborados a base de yeso - Paneles diversos	0	0	64385494	11676125	57502701	10411500	0.11	0.00
Toneladas								
Otros productos refractarios - Cemento y soportes	0	0	6213	1989250	6019	1743400	0.12	0.00
Cemento para la construcción - Cemento - Total	40939558	514539200.6	42562662	533160947.1	43750005	546948674.3	-0.03	-0.04
Tubos de acero con costura para agua y para uso petrolero	213651	48895512.5	259248	55421225	234638	44506575	0.20	-0.13
Tubos de acero con costura - Mecánicos	59607	13199450	44465	12010712.5	39253	9263725	0.23	0.09
Tubos de acero con costura - Para protección de conductores eléctricos	73610	14574825	85661	20533950	97041	15774812.5	0.23	-0.41
Otros tubos de acero con costura	152057	21880437.5	0	0	0	0	0.00	0.00
Otros productos de hierro - Tubos y conexiones	26471	3549762.5	0	0	0	0	0.00	0.00
Perfiles comerciales de hierro y acero (de hasta 75 mm.) en frío y en caliente	592524	67231450	717156	95378912.5	786352	75804075	0.21	-0.42
Perfiles estructurales de hierro y acero (de más de 75 mm.)	599441	68508300	568101	81019600	654413	69911737.5	0.14	-0.18
Aluminio - Perfiles diversos	106336	69224912.5	113276	68179875	106242	59790987.5	0.12	0.02
Productos primarios de cobre - Lámina, perfiles, tubos y alambón	145411	138212950	178800	185571012.5	202515	216050100	-0.16	-0.34
Estructuras metálicas de acero - Para puentes	6736	2648862.5	7981	3374662.5	0	0	0.00	-0.27
Estructuras metálicas de acero - Para techos	13503	2769087.5	19309	3872975	23914	4273062.5	-0.10	-0.40
Estructuras metálicas de acero - Para naves industriales	98694	26093762.5	116314	30472175	108598	24559725	0.19	-0.17
Otras estructuras metálicas de acero - Trabes y vigas	41588	2562156	87534	20840300	86032	18995237.5	0.09	-7.13
Unidades								
Tanques metálicos para almacenamiento - De más de 500 hasta 1000 lts.	7804	392962.5	0	0	0	0	0.00	0.00
Tanques metálicos para almacenamiento - De más de 1000 hasta 2000 lts.	2458	251775	5232	369550	3757	283900	0.23	-0.47
TOTAL		1136606969		1291660222		1264184449		

Fuente: Global Trade Atlas

2.2. Exportaciones totales de productos al mundo, incluyendo principales países destino

Tabla 14. Estadísticas de Exportación de México hacia el Mundo 2007-2009

País	2007		2008		2009		% Variación		% Participación	
	Valor (USD)	Volumen	Valor (USD)	Volumen	Valor (USD)	Volumen	2007-2008	2008-2009	2008	2009
Estados Unidos	1,053,517,097	1,205,066,973	1,081,490,920	1,150,412,914	956,811,555	981,314,121	3%	-12%	86%	87%
Chile	872,022	1,310,284	25,669,076	101,130,865	18,928,047	79,161,937	2844%	-26%	2%	2%
Costa Rica	9,631,025	25,119,362	12,396,208	28,030,386	14,697,884	28,860,434	29%	19%	1%	1%
Venezuela	17,427,401	36,609,454	15,215,186	22,515,320	14,102,989	19,699,059	-13%	-7%	1%	1%
Colombia	6,934,723	20,802,862	7,058,720	15,175,120	8,132,696	18,308,807	2%	15%	1%	1%
Canadá	9,871,142	7,370,958	11,497,370	6,795,878	8,088,701	4,519,948	16%	-30%	1%	1%
Guatemala	8,062,072	25,566,951	8,847,844	28,491,626	7,965,301	23,846,083	10%	-10%	1%	1%
Brasil	37,782	81,715	250,125	365,596	5,591,207	2,171,368	562%	2135%	0%	1%
El Salvador	2,300,428	1,119,916	4,551,837	2,390,657	3,435,363	1,511,492	98%	-25%	0%	0%
China	3,232,944	162,038	2,620,082	128,647	2,851,825	4,026,689	-19%	9%	0%	0%
Rep. Dominicana	382,471	67,379	1,157,081	192,030	2,193,534	1,547,695	203%	90%	0%	0%
Otros	60,227,272	66,850,633	93,351,178	89,051,590	55,378,537	70,344,489	55%	-41%	7%	5%
Total El Mundo	1,172,496,379	1,390,128,525	1,264,105,627	1,444,680,629	1,098,177,639	1,235,312,122	8%	-13%	100%	100%

Las exportaciones de México hacia el mundo durante el período de 2007 a 2008 registraron un aumento del 8%, sin embargo de 2008 a 2009 se observó un decrecimiento de 13% debido a la crisis financiera de Estados Unidos y la crisis económica mundial, lo cual afectó las perspectivas de crecimiento del sector de los acabados para la construcción.

2.3. Importación total de productos, incluyendo los principales países proveedores

A diferencia de las exportaciones, las importaciones de México sobre acabados para la construcción, ya no se concentran en Estados Unidos, pues su principal competencia proviene de las importaciones de China. Tan solo en el año 2009, la producción estadounidense suministró con el 40% al mercado mexicano, mientras que China con el 22%.

Le siguen en importancia los proveedores europeos, España con 11%, Italia con 5%, Alemania con 4% y Francia con 1%.

México ha diversificado sus proveedores de acabados para la construcción, dándole oportunidad a los productos latinoamericanos, encabezados por Brasil, quien suministra a México con 3% del valor total.

Colombia participó con el 1% en el año 2008, sin embargo, su proveeduría decreció para el año 2009, a pesar de su vínculo comercial a través del Tratado de Libre Comercio del G3, entre México, Colombia y Venezuela. Por lo cual, se requieren mayores esfuerzos de promoción y consolidación de la oferta exportable de Colombia para aprovechar plenamente las oportunidades generadas por el acuerdo de libre comercio entre ambos países.

Los productos referentes a acabados para la construcción colombianos deben competir con los artículos de China y Estados Unidos, así como de algunos países Europeos que dominan el mercado mexicano

Tabla 15. Estadísticas de Importación de México desde el Mundo 2007-2009

País	2007		2008		2009		% Variación		% Participación	
	Valor (USD)	Volumen	Valor (USD)	Volumen	Valor (USD)	Volumen	2007-2008	2008-2009	2008	2009
Estados Unidos	344,805,902	208,432,020	353,380,843	185,768,966	268,661,437	132,178,954	2%	-24%	37%	40%
China	150,405,096	225,970,151	196,612,772	308,838,329	145,466,803	236,732,717	31%	-26%	21%	22%
España	104,435,974	138,747,594	118,865,258	131,666,538	76,781,985	81,016,363	14%	-35%	13%	11%
Italia	44,618,808	36,732,332	51,635,535	34,871,312	33,343,934	25,269,233	16%	-35%	5%	5%
Alemania	37,978,668	21,792,790	52,436,948	28,488,952	24,644,251	10,824,857	38%	-53%	6%	4%
Brasil	24,997,656	40,770,156	25,331,916	34,565,176	22,829,077	32,387,997	1%	-10%	3%	3%
Canadá	23,084,101	6,626,094	21,114,134	5,177,428	21,107,028	4,430,522	-9%	0%	2%	3%
Taiwán	8,138,086	1,130,062	9,953,619	1,284,700	7,284,871	1,095,401	22%	-27%	1%	1%
India	4,993,298	2,136,553	7,353,878	3,182,170	6,325,648	3,966,998	47%	-14%	1%	1%
Francia	7,202,725	2,181,623	6,574,938	920,309	6,146,766	727,132	-9%	-7%	1%	1%
Tailandia	6,940,748	1,130,339	5,567,662	780,444	4,746,820	611,097	-20%	-15%	1%	1%
Colombia	3,748,574	7,311,797	6,226,093	9,864,303	2,059,822	2,805,559	66%	-67%	1%	0%
Otros	89,633,472	50,840,083	89,518,554	53,440,680	52,583,032	26,084,907	0%	-41%	9%	8%
Total El Mundo	850,983,108	743,801,594	944,572,150	798,849,307	671,981,474	558,131,737	11%	-29%	100%	100%

Fuente: Global Trade Atlas

En lo que refiere a las importaciones totales mexicanas de acabados para la construcción durante el período 2007 a 2008 registraron un crecimiento de 11%, sin embargo en 2008-2009 se mantuvo una caída en importaciones, observándose una pérdida del 29%.

2.4. Principales productos exportados, incluyendo países destino

Los principales productos que México exporta al Mundo referentes al sector de acabados para la construcción son los demás productos sobre

puertas, ventanas, sus marcos, contramarcos y umbrales, con una participación de 38% en el año 2009. Estos productos registraron un crecimiento significativo, ya que en el período 2008 a 2009 aumentaron su exportación en 15%, porcentaje que los colocó en el primer sitio.

Los azulejos cuadrados o rectangulares, losas y artículos similares, ocupan el segundo lugar con 19% en el 2009. En tercer lugar, se encuentran las puertas, ventanas y sus marcos, con 5%, al igual que el subsector de puertas, sus marcos, contramarcos y umbrales.

Tabla 16. Principales productos exportados de México al Mundo 2007-2009

Fracción	Descripción	Acabados para la Construcción								% Variación		% Part.	
		2007		2008		2009							
		Valor (USD)	Volumen	Valor (USD)	Volumen	Valor (USD)	Volumen	2007-2008	2008-2009	2008	2009		
73089099	Demás productos sobre puertas, ventanas sus marcos, contramarcos y umbrales	301,228,956	187,378,744	359,731,793	186,676,257	414,842,988	160,515,945	19%	15%	28%	38%		
69089001	Azulejos cuadrados o rectangulares, losas y art. similares, para pavimentación o revestimiento	231,279,940	654,530,513	262,504,459	758,114,168	209,454,639	669,065,957	14%	-20%	21%	19%		
73083001	Puertas, ventanas y sus marcos	74,700,516	23,620,155	115,633,658	24,571,699	60,017,820	15,502,372	55%	-48%	9%	5%		
44182001	Puertas sus marcos, contramarcos y umbrales.	46,879,360	11,381,165	55,137,870	11,487,609	50,233,311	11,826,938	18%	-9%	4%	5%		
68029101	Mármol, travertinos y alabastro.	107,242,417	107,270,310	73,301,994	75,303,096	48,368,829	50,239,799	-32%	-34%	6%	4%		
84811099	Demás arts. sobre válvulas reductoras de presión	56,110,291	2,813,405	52,693,520	2,857,890	44,144,383	1,817,488	-6%	-16%	4%	4%		
69089099	Demás productos sobre azulejos cuadrados o rectangulares, losas y art. similares, para pavimentación o revestimiento	38,497,351	139,098,723	42,613,709	140,771,506	40,690,473	143,447,231	11%	-5%	3%	4%		
73090099	Demás productos sobre depósitos, cisternas, cubas, recipientes similares (excpt. gas comprimido o licuado) de fundición, hierro o acero, cap. superior a 300 l, sin dispositivos mecánicos ni térmicos, incluso con revestimiento interior o calorífugo	49,949,605	23,214,199	46,168,371	20,197,805	32,970,093	13,113,232	-8%	-29%	4%	3%		
39221001	Bañeras, duchas, fregaderos y lavabos.	19,454,646	3,410,614	21,145,239	4,395,509	26,288,357	5,935,377	9%	24%	2%	2%		
69021001	Ladrillos, placas, baldosas y demás piezas cerámicas de harinas silíceas fósiles (por ej. "Kieselguhr", tripolita, diatomita) o de tierras silíceas análogas con contenido de magnesio, calcio, cromo), óxido de magnesio, de calcio o crómico	14,651,548	13,452,276	16,265,720	14,016,139	18,727,779	14,146,987	11%	15%	1%	2%		
	Otros	232,501,749	223,958,421	218,909,294	206,288,951	152,438,967	149,700,796	-6%	-30%	17%	14%		
	Total El Mundo	1,172,496,379	1,390,128,525	1,264,105,627	1,444,680,629	1,098,177,639	1,235,312,122	8%	-13%	100%	100%		

Fuente: Global Trade Atlas

De acuerdo con la siguiente tabla Estados Unidos continúa absorbiendo la mayoría de las exportaciones mexicanas sobre acabados para la construcción. Por lo cual, Estados Unidos ocupa el primer lugar como importador de todas las fraccio-

nes sobre este sector, respecto a 2009. Le siguen Guatemala, Venezuela, Costa Rica, Panamá y Canadá, principalmente, como países de destino del resto de las exportaciones de México.

Tabla 17. Principales países de destino de las exportaciones mexicanas 2009

Fracción	Descripción	2009					
		1	2	3	4	5	
73089099	Demás productos sobre puertas, ventanas y sus marcos, contramarcos y umbrales	Estados Unidos 93%	Brasil 1%	Costa Rica 1%	El Salvador 1%	Argelia 1%	Colombia (6) 0.48%
69089001	Azulejos de forma cuadrada o rectangular, losas y artículos similares, para pavimentación o revestimiento	Estados Unidos 76%	Chile 9%	Costa Rica 3%	Guatemala 3%	Venezuela 2%	Colombia (6) 2%
73083001	Puertas, ventanas y sus marcos	Estados Unidos 96%	Panamá 1.09%	Puerto Rico 0.71%	Honduras 0.56%	Venezuela 0.34%	Colombia (16) 0.01%
44182001	Puertas y sus marcos, contramarcos y umbrales.	Estados Unidos 89%	Costa Rica 3%	Antigua y Barbuda 2%	Jamaica 1.32%	Panamá 1.32%	Colombia (11) 0.02%
68029101	Mármol, travertinos y alabastro.	Estados Unidos 93%	Canadá 4%	Rep. Dominicana 2%	Venezuela 0.17%	Belice 0.13%	Colombia (14) 0.01%
84811099	Demás artículos sobre válvulas reductoras de presión	Estados Unidos 84%	Venezuela 6%	China 4%	Canadá 3%	Hong Kong 0.44%	Colombia (29) 0.01%
69089099	Demás productos sobre azulejos de forma cuadrada o rectangular, losas y artículos similares, para pavimentación o revestimiento	Estados Unidos 99%	Panamá 1%	Guatemala 0.30%	Canadá 0.13%	Colombia 0.10%	Reino Unido 0.06%
73090099	Demás productos sobre depósitos, cisternas, cubas y recipientes similares (except. gas comprimido o licuado) de fundición, hierro o acero, de capacidad superior a 300 l, sin dispositivos mecánicos ni térmicos, incluso con revestimiento interior o calorífugo.	Estados Unidos 93%	Colombia 3%	Cuba 1%	Guatemala 1%	Rep. Dominicana 1%	Panamá 0.41%
39221001	Bañeras, duchas, fregaderos y lavabos.	Estados Unidos 98%	Canadá 1%	Venezuela 0.41%	Reino Unido 0.19%	Uruguay 0.18%	Colombia (8) 0.12%
69021001	Ladrillos, placas, baldosas y demás piezas cerámicas de harinas silíceas fósiles (por ejemplo: "Kieselguhr", tripolita, diatomita) o de tierras silíceas análogas con contenido de magnesio, calcio, cromo, óxido de magnesio, de calcio o crómico.	Estados Unidos 32%	Venezuela 21%	Perú 8%	Costa Rica 6%	Brasil 6%	Colombia 5%

Fuente: Global Trade Atlas

En cuanto a Colombia, ha logrado colocarse en el quinto y sexto lugar como país de destino de las exportaciones mexicanas de productos azulejos de forma cuadrada o rectangular, losas y artículos similares; demás productos sobre puertas, ventanas y sus marcos, contramarcos, umbrales; y ladrillos, placas, baldosas y demás piezas cerámicas.

2.5. Principales productos importados, incluyendo los países de origen de las mercancías

De acuerdo con la siguiente tabla, los principales productos que México importa del Mundo sobre acabados para la construcción son los demás ar-

tículos sobre puertas, ventanas, sus marcos, contramarcos y umbrales, con una participación de 18% en 2009. Dichos productos registraron un crecimiento de 2%, respecto al año 2008.

Los productos de la posición arancelaria 69089001 sobre azulejos cuadrados o rectangulares, losas y artículos similares, ocupan el segundo lugar con 8% de participación. En tercer lugar,

se encuentra la posición arancelaria 84819004 sobre los demás artículos exclusivos para grifería sanitaria de uso doméstico, con 7% de participación en 2009.

Es necesario señalar que las diez principales fracciones de acabados para la construcción, ocupan el 66% del total importado del Mundo, de acuerdo a datos del 2009.

Tabla 18. Principales productos importados por México desde el Mundo 2007-2009

Fracción	Descripción	Acabados para la Construcción				2009		% Variación		% Part.	
		2007	2008	2009	2009						
		Valor (USD)	Volumen	Valor (USD)	Volumen	Valor (USD)	Volumen	2007-2008	2008-2009	2008	2009
73089099	Demás productos sobre puertas, ventanas, sus marcos, contramarcos y umbrales	113,309,062	67,160,924	150,790,601	68,163,503	123,354,817	49,080,165	33%	-18%	16%	18%
69089001	Azulejos cuadrados o rectangulares, losas y arts. similares, para pavimentación o revestimiento	84,132,230	143,065,981	92,633,681	168,424,596	56,623,484	112,881,495	10%	-39%	10%	8%
84819004	Demás arts. reconocibles exclusivamente para grifería sanitaria de uso doméstico	52,878,426									
		4,525,760	55,500,849	4,605,668	44,013,221	3,796,407	5%	-21%	6%	7%	
69079099	Demás arts sobre plaquitas, cubos, dados y arts similares, incluso de forma distinta de la cuadrada o rectangular, en los que la superficie mayor pueda inscribirse en un cuadrado de lado inferior a 7 cm.	62,333,805	151,041,190	77,136,880	179,865,879	42,353,857	118,048,983	24%	-45%	8%	6%
73090099	Demás productos sobre depósitos, cisternas, cubas y recipientes similares (except gas comprimido o licuado) de fundición, hierro o acero, de cap. superior a 300 l, sin dispositivos mecánicos ni térmicos, incluso con revestimiento interior o calorífugo	57,113,005	21,663,407	60,067,050	20,315,915	40,194,522	16,434,390	5%	-33%	6%	6%
84818021	Demás arts de grifería y órganos similares de cobre, bronce, latón o aluminio, sin recubrimiento en su superficie, excepto lo comprendido en la fracción 8481.80.02	39,192,732	2,933,080	41,249,548	2,989,062	32,045,589	3,932,109	5%	-22%	4%	5%
69021001	Ladrillos, placas, baldosas y demás piezas cerámicas de harinas silíceas fósiles (por ejemplo: "Kieselguhr", tripolita, diatomita) o de tierras silíceas análogas con contenido de magnesio, calcio, cromo, óxido de magnesio, calcio o crómico	44,858,076	54,854,556	44,270,878	50,907,107	28,214,371	29,263,284	-1%	-36%	5%	4%
73083001	Puertas, ventanas y sus marcos	30,219,417	8,356,530	34,736,032	9,121,224	27,975,395	6,837,865	15%	-19%	4%	4%
84811099	Demás arts sobre válvulas reductoras de presión	30,607,232	1,038,034	29,727,822	961,355	24,649,203	953,522	-3%	-17%	3%	4%
68022101	Mármol, travertinos y alabastro.	28,861,874	46,387,899	34,957,650	52,396,681	23,903,281	36,646,923	21%	-32%	4%	4%
	Otros	307,477,249	242,774,233	323,501,159	241,098,317	228,653,734	180,256,594	5%	-29%	34%	34%
	Total El Mundo	850,983,108	743,801,594	944,572,150	798,849,307	671,981,474	558,131,737	11%	-29%	100%	100%

Fuente: Global Trade Atlas

De acuerdo con la siguiente tabla, Estados Unidos ha sido desplazado como principal país proveedor de México referente a acabados para la construcción. Los productos estadounidenses solo

ocupan el primer lugar en cinco fracciones, las cuales son: demás productos sobre puertas, ventanas, sus marcos, contramarcos y umbrales; demás productos sobre depósitos, cisternas, cubas y

recipientes similares; demás artículos de grifería; puertas, ventanas y sus marcos; y demás artículos sobre válvulas reductoras de presión.

Existe una disminución en la participación de los productos estadounidenses en el mercado mexicano, debido a la competencia de productos asiáti-

cos. Tan solo China ocupa el primer lugar como proveedor de México de tres productos: demás artículos exclusivos para grifería sanitaria de uso doméstico; demás artículos sobre plaquitas, cubos, dados y artículos similares; y ladrillos, placas, baldosas y demás piezas cerámicas.

Tabla 19. Principales países proveedores de México 2009

Fracción	Descripción	2009					
		1	2	3	4	5	
73089099	Demás productos sobre puertas, ventanas, sus marcos, contramarcos y umbrales	Estados Unidos 58%	España 17%	Canadá 6%	China 5%	Alemania 4%	Colombia (20) 0.13%
69089001	Azulejos cuadrados o rectangulares, losas y arts. similares, para pavimentación o revestimiento	España 45%	China 33%	Estados Unidos 10%	Italia 6%	Brasil 3%	Colombia (8) 0.69%
84819004	Demás arts. reconocibles exclusivamente para grifería sanitaria de uso doméstico	China 51%	Estados Unidos 26%	Alemania 10%	Taiwán 10%	Italia 1.08%	Colombia (19) 0.00%
69079099	Demás arts. sobre plaquitas, cubos, dados y artículos similares, incluso de forma distinta de la cuadrada o rectangular, en los que la superficie mayor pueda inscribirse en un cuadrado de lado inferior a 7 cm.	China 72%	Italia 16%	España 6%	Estados Unidos 2%	Alemania 2%	Colombia (6) 1%
73090099	Demás productos sobre depósitos, cisternas, cubas y recipientes similares (excepto gas comprimido o licuado) de fundición, hierro o acero, de cap. superior a 300 l, sin dispositivos mecánicos ni térmicos, incluso con revestimiento interior o calorífugo	Estados Unidos 85%	Canadá 5%	Alemania 2%	Tailandia 1%	Austria 1%	Colombia N/A
84818021	Demás arts de grifería y órganos similares de cobre, bronce, latón o aluminio, sin recubrimiento en su superficie, excepto lo comprendido en la fracción 8481.80.02	Estados Unidos 48%	China 26%	Tailandia 12%	Italia 8%	Dinamarca 1%	Colombia N/A
69021001	Ladrillos, placas, baldosas y demás piezas cerámicas de harinas silíceas fósiles (por ej.: "Kieselguhr", tripolita, diatomita) o de tierras silíceas análogas con contenido de magnesio, calcio, cromo, óxido de magnesio, calcio o crómico	China 38%	Estados Unidos 34%	Italia 10%	Austria 8%	Alemania 5%	Colombia N/A
73083001	Puertas, ventanas y sus marcos	Estados Unidos 60%	Canadá 28%	España 5%	China 5%	Hong Kong 1%	Colombia N/A
84811099	Los demás artículos sobre válvulas reductoras de presión	Estados Unidos 53%	Japón 9%	Alemania 9%	Italia 6%	China 5%	Colombia (9) 1%
68022101	Mármol, travertinos y alabastro.	España 44%	Italia 27%	Egipto 11%	Grecia 6%	Turquía 2%	Colombia (26) 0.00%

Fuente: Global Trade Atlas

Los productos de España, también ocupan primeros sitios en el mercado mexicano. Por ejemplo, los azulejos cuadrados o rectangulares, losas y artículos similares, participan con el 45%, y el mármol, travertinos y alabastro, con el 44%, de dicho subsector.

Colombia, logró colocarse en el sexto lugar como país proveedor de la posición arancelaria

69079099 sobre los demás artículos referentes a plaquitas, cubos, dados y similares, incluso de forma distinta de la cuadrada o rectangular, con una participación de 1%. Sobre el resto de las fracciones, Colombia ocupa el noveno lugar sobre los demás artículos referentes a válvulas reductoras de presión, con un 1% de participación.

2.6. Importaciones por país de origen e importaciones colombianas

De acuerdo con la tabla 20, los principales productos que México importa de Colombia res-

pecto a acabados para la construcción son, lavaderos, lavamanos, bañeras, bidés, inodoros y sus cisternas, urinarios y aparatos fijos similares para usos sanitarios de porcelana, con un valor de \$544,703 dólares en 2009.

Tabla 20. Principales Productos Importados por México desde Colombia

Fracción	Descripción	Acabados para la Construcción						% Variación		% Part.	
		2007	2008	2009							
		Valor (USD)	Volumen	Valor (USD)	Volumen	Valor (USD)	Volumen	2007-2008	2008-2009	2008	2009
69101001	Fregaderos, lavabos y sus pedestales, bañeras, bidés, inodoros y sus cisternas, urinarios y aparatos fijos similares para usos sanitarios de porcelana	176	65	1,767,686	1,421,231	544,703	429,333	1004267%	-69%	0.19%	0.08%
69089001	Azulejos cuadrados o rectangulares, losas y arts. similares, para pavimentación o revestimiento	1,259,411	3,754,746	2,212,045	5,982,286	388,905	1,028,225	76%	-82%	0.23%	0.06%
69079099	Demás arts. sobre placas y baldosas para pavimentación o revestimiento; cubos, dados y arts. similares, de cerámica, para mosaicos, sin barnizar ni esmaltar, incluso con soporte.	739,336	2,261,836	574,128	1,662,369	376,825	1,061,453	-22%	-34%	0.06%	0.06%
84811099	Demás arts. sobre válvulas reductoras de presión	145,129	7,600	153,934	6,627	296,132	15,663	6%	92%	0.02%	0.04%
69109001	Inodoros (retretes)	304,292	203,030	300	160	209,114	193,873	-100%	69605%	0.00%	0.03%
73089099	Demás productos sobre puertas, ventanas, sus marcos, contramarcos y umbrales	181,783	98,862	349,314	244,881	160,360	66,204	92%	-54%	0.04%	0.02%
39221001	Bañeras, duchas, fregaderos y lavabos	8,293	473	101	52	16,067	3,310	-99%	15808%	0.00%	0.00%
73089001	Barandales, balcones, escaleras	0	0	18,577	5,622	15,131	1,980	0%	-19%	0.00%	0.00%
44182001	Puertas, sus marcos, contramarcos y umbrales.	21,547	4,974	532,822	106,422	13,505	1,130	2373%	-97%	0.06%	0.00%
57032001	Tapetes de superficie inferior a 5.25 m².	0	0	0	0	8,109	339	0%	0%	0.00%	0.00%
	Otros	848,323,141	737,470,008	938,963,243	789,419,657	669,952,623	555,330,227	11%	-29%	99.41%	99.70%
	Total El Mundo	850,983,108	743,801,594	944,572,150	798,849,307	671,981,474	558,131,737	11%	-29%	100%	100%

Fuente: Global Trade Atlas

En segundo lugar se encuentran azulejos cuadrados o rectangulares, losas y similares, con un valor de \$388,905 dólares; y los demás artículos sobre placas y baldosas, cubos, dados y similares, de cerámica para mosaicos, con un valor de \$376,825 de dólares.

Los productos referentes a acabados para la construcción colombianos deben ser competitivos frente a los estadounidenses, asiáticos y europeos.

2.7. Variación porcentual de las importaciones de México desde Colombia

En la tabla 21, se observa que durante el 2008-2009 las importaciones mexicanas desde el mundo pertenecientes al sector de acabados para la construcción han presentado un decrecimiento de 29%, mientras que en el período de 2007 a 2008 mantuvo un crecimiento económico de 11%.

Tabla 21. Variación porcentual de importaciones de Colombia hacia México

CONCEPTO	2007		Acabados para la Construcción 2008		2009		% Variación	
	Valor (USD)	Volumen	Valor (USD)	Volumen	Valor (USD)	Volumen	2007-2008	2008-2009
TOTAL DE COLOMBIA	3,748,574	7,311,797	6,226,093	9,864,303	2,059,822	2,805,559	66%	-67%
TOTAL DEL MUNDO	850,983,108	743,801,594	944,572,150	798,849,307	671,981,474	558,131,737	11%	-29%

Fuente: Global Trade Atlas

También las importaciones mexicanas desde Colombia descendieron en un 67% a finales de 2009, situación desalentadora en comparación con el período de 2007 a 2008, en el cual se registró un crecimiento de 66%. La principal razón

de la reducción de las importaciones de México es la crisis económica mundial, situación que limita el intercambio comercial tanto con Colombia como con el resto de los países.



3. Análisis de la demanda

3.1. Principales productos demandados por el mercado

A partir de las tablas anteriores, seleccionamos los principales productos importados por México para conocer cuáles son los productos con mayor demanda.

Las puertas y ventanas, marcos y contramarcos constituyen el principal producto demandado. Actualmente más del 50% de la participación en las importaciones de estos productos la posee Estados Unidos. Colombia no tiene una participación relevante en las importaciones de este producto, ya que ocupa el lugar número 20 dentro de los principales proveedores, con una participación equivalente al 0.13%.

Por otro lado los azulejos para pavimentación y revestimiento son el segundo producto de mayor demanda en México. Este producto representa un 8% del total de productos importados por el país desde el Mundo, siendo España el primer proveedor con una participación del 45% del mercado, seguido de China con el 33% de participación. Colombia por su parte a pesar de colocarse como el octavo proveedor no cuenta con una participación significativa (0.69%).

3.2. Características y presentación

En la tabla 22 se presenta una descripción detallada por subsector con base en los principales segmentos:

Tabla 22. Descripción de principales productos por gran división

Partida	Acabados de la construcción - Plástico y sus manufacturas		Marcas	Precio
	Producto	Presentación		
Revestimientos de plástico para suelos, incluso autoadhesivos, en rollos o losetas; revestimientos de plástico para paredes o techos.	Baldosas (losetas vinílicas)	m2	Vynilas - Interceramic - Dura Piso	3.76-7.70 USD/ m2
Bañeras, duchas, fregaderos, lavabos, bidés, inodoros y sus asientos y tapas, cisternas (depósitos de agua) para inodoros y artículos sanitarios e higiénicos similares.	Tapas para inodoro - Cisternas	Pieza	Kohler - Rotoplas	26.92-57.69 USD 26.92-179.92 USD

Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera				
Obras y piezas de carpintería para construcciones, incluidos los tableros celulares, los tableros ensamblados para revestimiento de suelo y tablillas para cubierta de tejados o fachadas ("shingles" y "shakes"), de madera.	Tableros de madera - Puertas	m2 - Pieza	Traffic Master - Teckno Step Gumont - Masonite	11.53-13.85 USD/m2 27.61- 240 USD/m2
Corcho aglomerado (incluso con aglutinante) y manufacturas de corcho aglomerado				
Bloques, placas, hojas y tiras; baldosas y revestimientos similares de pared, de cualquier forma; cilindros macizos, incluidos los discos	Lasas - Mosaicos - Rollo (pieza)	Lámina (m2)	Brunssen - Adosa - Everest	12.89-13.76 USD/ pieza
Alfombras y demás revestimientos para el suelo, de materia textil				
Alfombras de nudo de materia textil, incluso confeccionadas.	Alfombras	m2	Luxor - Terza - Dulce Hogar	5.38-20.76 USD/m2
Alfombras y demás revestimientos para el suelo, de materia textil, tejidos incluidas las alfombras llamadas "Kelim" o "Kilim", "Schumacks" o "Soumak", "Karamanie" y alfombras similares tejidas a mano.	Alfombras	Pieza	Surya Rugs - Obeetee	40.61- 769 USD
Alfombras y demás revestimientos para el suelo, de materia textil, con mechón insertado, incluso confeccionados.	Alfombras	Pieza	Tamsa - Mohawk	192.31-807 USD
Manufacturas de piedra, yeso fraguable, cemento, amianto (asbesto), mica o materias análogas				
Piedras de talla o de construcción y sus manufacturas, cubos, dados y artículos similares para mosaicos, de piedra natural	Losetas - Mosaicos	m2	Lamosa - Intersearamic	7.92-9.61 USD/m2
Ladrillos, placas, baldosas y demás piezas cerámicas de harinas silíceas fósiles (por ejemplo: "Kieselguhr", tripolita, diatomita) o de tierras silíceas análogas	Baldosas - Mosaicos	m2	Harvest - Porter - Lamosa	4.92-5.30 USD/m2
Tejas, elementos de chimenea, conductos de humo, ornamentos arquitectónicos y demás artículos cerámicos de construcción	Cornisas - Frisos -	Pieza	Decor-Arte. - Molduratti - Conyeso	15.92-37.07 USD
Placas y baldosas, de cerámica, sin barnizar ni esmaltar, para pavimentación o revestimiento	Placas - Azulejos	m2	Lamosa - Intersearamic	7.15- 9.62 USD/m2
Fregaderos (piletas de lavar), lavabos, pedestales, bañeras, bidés, inodoros, cisternas para inodoros, urinarios y aparatos fijos similares, de cerámica, para usos sanitarios de porcelana	Inodoros - Lavabos - Bañeras	Pieza	Lamosa - Castel - Orion	48.38-130.54 USD 23.07- 53.84 USD 290.46- 1307.69 USD
Manufacturas de fundición, hierro o acero				
Construcciones y sus partes de fundición, hierro o acero; chapas, barras, perfiles, tubos y similares, de fundición, hierro o acero, preparados para la construcción.	Marcos para puertas - Chapas	Pieza	Steelcraft - Ceco Door - Philips	38.46 USD 13.84-57.69 USD
Depósitos, cisternas, cubas y recipientes similares para cualquier materia (excepto gas comprimido o licuado), de aluminio, de capacidad superior a 300 l	Cisternas - Depósitos	Pieza	Tinox	330- 1946.15 USD
Aluminio y sus manufacturas				
Depósitos, cisternas, cubas y recipientes similares para cualquier materia (excepto gas comprimido o licuado), de aluminio, de capacidad superior a 300 l Litros	Cisternas - Depósitos	Pieza	Tanquinox	153.84- 1443.84 USD
Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; partes de estas máquinas o aparatos				
Artículos de grifería y órganos similares para tuberías, calderas, depósitos, cubas o continentes similares, incluidas las válvulas reductoras de presión y las válvulas termostáticas.	Llaves para lavabo - Regaderas	Pieza	Koholer - Docol - Fima	80.38-162.30 USD 20.80- 74.92 USD

Fuente: Elaboración propia Business Connect.

3.3. Tendencias en la demanda de productos

México cuenta con alrededor de 100 millones de habitantes (más de 97 millones según el último censo en el año 2000). Esta población se caracteriza por ser urbana (el 74%) y muy joven; el 33% de la población mexicana tiene menos de catorce años y el 61% menos de treinta.

El mercado mexicano es joven y su capacidad de gasto ha ido en aumento. Después de un magro crecimiento en los ochenta y una brusca caída al inicio de los noventa, como resultado de la crisis económica de 1994, la renta per cápita de los mexicanos ha observado una expansión sostenida en los últimos años al pasar de 3.139 dólares anuales en 1995 a 8.914 en 2008. Esto evidentemente ha derivado en la ampliación de la clase media, la cual cuenta con una mayor capacidad de consumo y de acceso a crédito. Sin embargo, el aumento del ingreso sigue siendo desigual. Hay una fuerte disparidad en la distribución del ingreso, habiendo una alta concentración en los estratos de ingreso bajo de la población, donde 32% percibe ingresos mensuales menores a 260 dólares y otro 36,6% con ingresos de entre 254 y 639 dólares. Esto muestra que poco menos del 70% de la población mexicana se encuentra por debajo de la renta per cápita promedio nacional. En contraste, solamente 2,5% recibe ingresos superiores a 7.993 dólares mensuales, 30 veces más que el estrato más bajo de la población.

Los clientes potenciales de materiales para la construcción se pueden dividir en los siguientes grupos:

Particulares. Este grupo no es homogéneo. Por una parte está el gran segmento de la autoconstrucción, es decir, particulares que construyen su propia vivienda. En este caso se buscan mate-

riales que tengan un precio económico. Por otro lado están los clientes de cadenas tipo Home Depot, esto es, particulares que adquieren algún tipo de material (generalmente de segunda obra) para realizar alguna reparación o pequeña modificación en su hogar. En este caso la calidad y la estética forman parte de la decisión de compra.

Constructoras. Son grandes compradoras de materiales para la construcción. Ofrecen servicios tanto al sector público como privado. Si bien la autoconstrucción seguirá siendo soporte de la compra de materiales (sobre todo en el caso del cemento), el peso de la construcción formal asegurado por las grandes constructoras será el de mayor crecimiento.

Hipotecarias. Aunque estas agencias no compran materiales directamente, otorgan créditos y ayudas a particulares para remodelar o para comprar una vivienda.

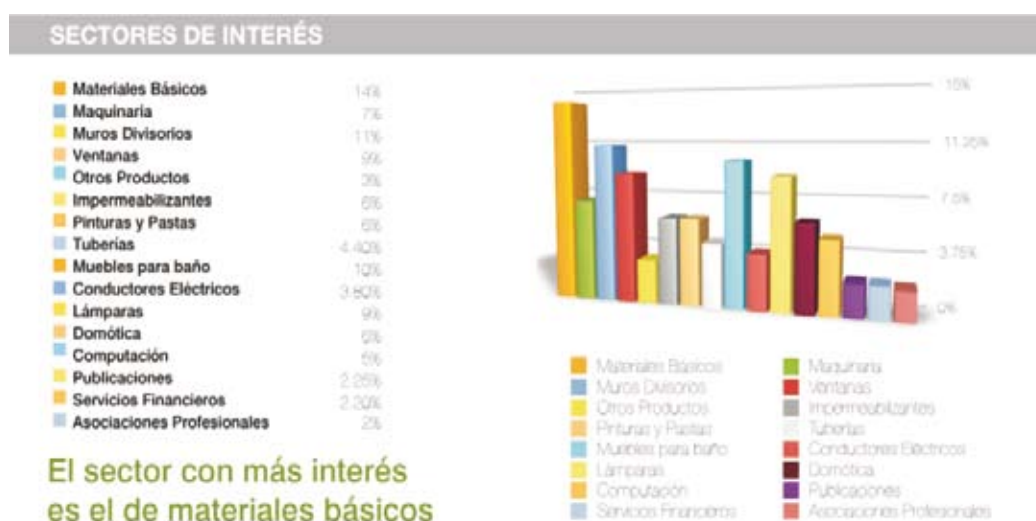
Los materiales requeridos para el acabado de construcción

A continuación se muestra una lista de los principales acabados de la construcción requeridos en México:

- Productos de construcción y acabado (no incluye madera)
 - muebles de cocinas y accesorios,
 - muebles de baño y accesorios,
 - revestimientos (materiales de impermeabilización y pintura anti-corrosiva),
 - pisos,
 - puertas y ventanas de aluminio,
 - marcos de acero,
 - casas prefabricadas (diseñado para las preferencias de México),
 - prefabricados sistemas concretos (por ejemplo, las aceras),
 - formas extraíble de metal para vaciar el concreto,

- sistemas de construcción: moldes de hormigón,
 - tubería aislada,
 - materiales aislantes,
 - cerraduras y sistemas de seguridad,
 - plomería,
 - cortinas,
- Productos de Madera de construcción (las casas en México son generalmente construidas con concreto y ladrillo, por lo que la demanda de vivienda con marcos de madera es limitado)
- Puertas,
 - accesorios de puertas y sus marcos de madera,
 - marcos de ventanas,
 - persianas de madera,
 - productos de madera para carpintería y construcción,
 - postes,
 - tableros,
 - madera para la decoración interior,
 - madera para la fabricación de muebles,
 - pisos laminados y de madera maciza,
 - paneles de parquet de madera,

Gráfico 7. Participación de los Acabados de la Construcción



Fuente: Expo Cihac

Actualmente la principal demanda la constituyen los materiales con valor agregado que reducen los residuos, son de fácil instalación a cargo de mano de obra semi-calificada, y se integran bien con los diseños de edificios tradicionales.

Las mayores desarrolladoras en el sector privado en México y generadores de demanda de acabados para la construcción son: Grupo Sare, Consorcio Ara, Grupo Geo, Homex, Parque Reforma, Grupo ICA y Gutsa Vivienda.

3.4. Oportunidades específicas de negocio

Las empresas mexicanas están buscando nuevas y rápidas técnicas de construcción, así como nuevos materiales de alta calidad, bajos precios y de uso e instalación fácil. Se detectaron tres productos principales en los que Colombia puede tener un gran potencial.

Puertas, ventanas, sus marcos y contramarcos de hierro y acero, ya que es el principal producto demandado por el mercado mexicano. A pesar de haber tenido un crecimiento negativo en el 2009 este rubro mantuvo su participación del 18%.

Otro producto de gran relevancia son los productos cerámicos como los azulejos para pavimentación y revestimiento, actualmente los productos de origen colombiano cuentan con una participación en el mercado mexicano del 0.06%. Sin embargo estos constituyen el segundo producto con mayor demanda en la industria de acabados para la construcción, por lo representan una oportunidad para los proveedores colombianos.

Igualmente los lavaderos, lavamanos, y especialmente los inodoros que aumentaron su participación a un 0.03%.



4. Descripción de principales canales de distribución y comercialización

4.1. Principales importadores y distribuidores nacionales

Home Depot

Cadena comercializadora de materiales para construcción, remodelaciones, accesorios para el hogar y productos de ferretería en general. Cuenta 80 sucursales en 47 ciudades

Lowe's De México

Con más de 60 años de experiencia, con matriz en Carolina de Norte, USA cuentan con 1700 tiendas en Canadá, México y Estados Unidos, es una de las cadenas más grandes del mundo en la industria de la construcción y decoración del hogar, incluyendo departamentos especializados como ferretería, plomería, iluminación, etc.

Click Diseño y Acabados

Compañía distribuidora desde 1997, provee acabados, productos y servicios para obras arquitectónicas residenciales, hoteleras, industriales, interés social y sobre todo en lugares de playa y cabañas, además realiza trabajos en obra nueva, prevención, mantenimiento, decoración y restauración. Sus principales productos son fo-

cos ahorradores de luz, lámparas, ventiladores de techo y ventiladores decorativos, acabados para madera CWF-UV, tratamientos anti parásitos para madera (venenos), retardantes al fuego para madera, selladores penetrantes para piedra y concreto de excelente calidad para interior y exterior.

Acabados Diconca, S.A. de C.V.

Acabados Diconca son distribuidores directos de alfombras, compuesto de aluminio, fachadas y plafones. Cuenta con alianzas comerciales con fabricantes de acabados de especialidades para la construcción.

Decomex AG plafones

Empresa dedicada a la venta e instalación de muros, plafones, acabados, tablaroca, instalaciones, diseño arquitectónico, muros divisorios, muros prefabricados, acabados, cancelas, obra civil, construcción en general, diseño estructural, mayoreo, menudeo, venta e instalación de tablaroca, diseño y fabricación de muebles.

Entre las marcas que maneja se encuentran: Tablaroca, Usg metales, Durock, Corev, etc.

Glomarza SA de CV

Empresa fundada en 1992, se dedica a la distribución de materias primas para la elaboración de pinturas, pastas, impermeabilizantes, aditivos para concreto y demás productos enfocados al área de la construcción y decoración, acabados para construcción, pigmentos, pintura vinílica, adhesivos, resinas.

D’Kora / DKora / Dekora / D Kora

Empresa mexicana especializada en acabados y recubrimientos. Sus principales marcas son: Corian, Zodiaq, Ralph Wilson, Cubiertas de Lamina-do, Pisos de Madera, Cubiertas Zodiaq, Cubiertas Corian, Sub-Zero, Wolf, Smeg, Dexq, Rexcel, Formica, Formaica, Nevamar, Dekodur.

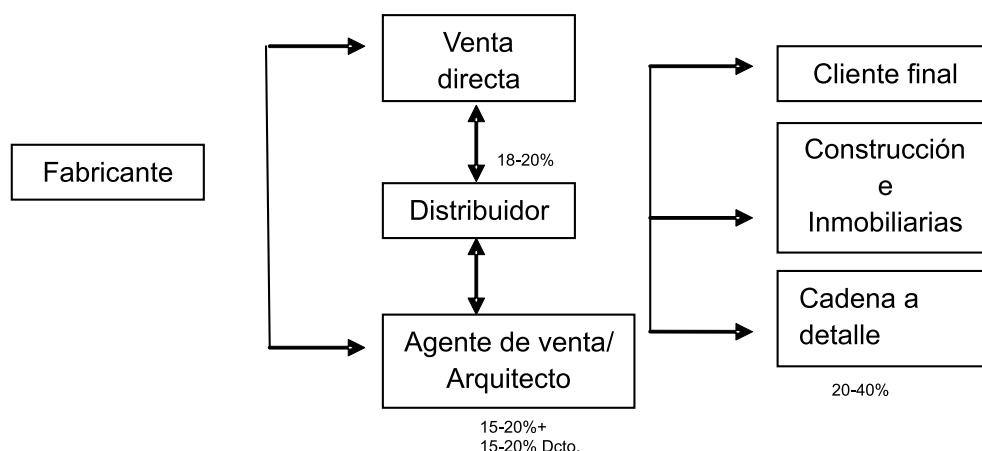
Construcasa del Sur, S.A. de C.V.

Empresa dedicada a la venta de tabla roca, aluminio, tejas, formica, plafones, puertas, ventanas y todo lo relacionado con acabados para la construcción.

4.2. Principales canales de comercialización

La red de distribución mexicana está constituida por canales muy diversos, como son importadores directos, representantes, agentes de ventas, distribuidores, detallistas, arquitectos, así como por empresas subsidiarias de exportadores extranjeros, quienes dirigen los productos al usuario final, que son, ya sea clientes independientes o empresas de construcción e inmobiliaria.

Gráfico 8. Canales de comercialización de la industria de materiales para la construcción en México.



Fuente: Elaboración propia Business Connect.

Ver tabla de márgenes aproximados por canal de distribución en la Tabla 26.

Venta directa a detallistas: Se hace a través del establecimiento de una oficina y estructura de ventas en México. El conocimiento del mercado y el establecimiento de contactos comerciales requieren de una inversión importante.

Distribuidor: Los distribuidores-importadores hoy en día tienden a importar por su propia cuenta sólo

las líneas de productos más simples y de menor precio, y a actuar como agentes de ventas en el caso de productos más especializados y de mayor precio.

Los constructores dependen de los distribuidores mexicanos para la compra de productos importados, ya que no tienden a la importación direc-

ta. Centros importantes para los distribuidores de productos de la construcción son la Ciudad de México, Puebla, Mérida, Tijuana, Guadalajara, Monterrey y Querétaro.

Cadenas a detalle: Venden principalmente productos para el segmento de la reparación/renovación para clientes privados.

Representante/agente de ventas: No es una figura muy común en este segmento. Generalmente representan a una o dos marcas y atienden a distribuidores que importan directamente.

Profesionistas (arquitecto/diseñador): Son quienes generalmente establecen las especificaciones de los materiales y acabados a utilizar. En ocasiones realizan la compra para el cliente final y reciben un margen de descuento por parte de los distribuidores.

Inmobiliarias/desarrolladores: También establecen las especificaciones de materiales y acabados. Algunas empresas importantes tienen también una filial constructora que es quien adquiere los productos.

Constructoras: Hacen la compra directa de los materiales y acabados. No es común que importen directamente pero lo pueden hacer para grandes proyectos.

4.3. Requerimientos y condiciones específicas por canal de distribución y comercialización: condiciones comerciales, márgenes, volúmenes aproximados, recurrencia de compra y presentación.

Dentro de los diversos canales de distribución existentes en México para el sector de acabados para la construcción (Fabricantes, Distribuidores y Agen-

tes de Ventas), se manejan diversos requerimientos y condiciones de pago y cobranza, que deben de considerar los nuevos proveedores, en especial aquellos que no son locales.

En la siguiente tabla se muestra los porcentajes mínimos, máximos y promedio para cada uno de los conceptos mencionados para todos los canales de distribución. Los porcentajes mencionados varían para cada eslabón de la cadena de distribución.

El descuento habitual en agentes se sitúa entre el 15%-20% sobre el precio de venta al público. Por otra parte el descuento a las distribuidoras está en alrededor del 21.5% sobre el precio de venta al público, en función del poder de distribución que tenga dicha empresa y si la empresa distribuidora trabaja exclusivamente con el fabricante. Los arquitectos o diseñadores reciben un margen de descuento de entre 15% y 20% por parte de los distribuidores y aplican entre un 15% y un 20% adicional al cliente final.

En la siguiente tabla se muestran los márgenes máximos, mínimos y promedios por eslabón de la cadena de distribución del sector acabados de la construcción en México.

Tabla 23. Porcentajes mínimos, máximos y promedio para canales de distribución. (2)

	% MÍNIMO	% MÁXIMO	% PROMEDIO
Fabricante (Venta Directa)	25%	27.5%	26.5%
Distribuidor	18%	25%	21.5%
Agente/Arquitecto	15%	20%	17.5%
Cadenas a detalle	20%	40%	30%
(1) Descuento por Centro de Distribución	0,0%	4,0%	3,5%
Descuento por Publicidad	1,97%	5,0%	3,0%
Descuento Adicional	2,0%	10,0%	5,0%
Descuento por Promoción	5,0%	19,0%	12%

Fuente: elaboración propia Business Connect

(1) Descuentos aplican para cadenas a detalle

(2) Debido a políticas de confidencialidad de las empresas, la información se obtuvo a través de fuentes secundarias y contactos de Business Connect, por lo que podría no ser exacta.



5. Análisis del entorno competitivo

5.1. Países de origen, productos relevantes, fortalezas y debilidades

Los 3 principales competidores extranjeros en el mercado mexicano de acabados para la construcción son Estados Unidos, en primer lugar, segui-

do de China el cual tiene una participación en el mercado del 22% y España con el 11%. A continuación se presentan sus principales fortalezas y debilidades, así como los principales productos que exportan a México.

Tabla 24. Países de origen, productos relevantes, fortalezas y debilidades

País competidor	Fortalezas	Debilidades	Principales Productos
E.U.	Buena calidad, Reconocimiento de marca Cercanía geográfica Dominio del mercado	Apertura de México hacia otros países proveedores principalmente asiáticos.	Puertas y ventanas, azulejos, losas, válvulas de presión, depósitos y cisternas
China	Precios bajos y altos volúmenes Incremento continuo en las importaciones de México desde este país para todos los segmentos	Baja calidad Gran porcentaje de producto de contrabando Importadores de productos chinos dan poco servicio	Artículos de grifería, ladrillos, placas, baldosas y piezas cerámicas.
España	Alta calidad Algunas marcas muy reconocidas Principal proveedor para algunos productos	Precios altos Costos de transporte.	Mármol, travertinos, alabastro, azulejos, losas

Fuente: Elaboración propia Business Connect

5.2. Productores locales y productos relevantes por región

Según la Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción, CMIC, hay en México más de 9000 productores de materiales de construcción, de las cuales unas 2150 exportan parte de su producción, según cifras del ProMéxico. Con las

misma fuente, 98 por ciento son empresas micro, pequeñas y medianas ubicadas en las principales zonas industriales del país.

Estas empresas desempeñan un papel importante en el sector, ya que generan la mayor parte de los 6,8 millones de empleos directos e indirectos. 97% de las empresas afiliadas a la Cámara

tiene menos de 50 empleados, y 91% tiene menos de 14.

La producción de materiales de construcción se ubica principalmente en el Distrito Federal, Nuevo León, Estado de México, Baja California, Jalisco, Chihuahua concentrando el 77% del total de las empresas. Los estados de Sonora, Coahuila, Durango, Tamaulipas, Veracruz, Hidalgo, Puebla, Tlaxcala y Guanajuato se reparten el 23% restante.

Tabla 25. Fábricas por tipo de producto y concentración regional

FABRICACION DE	DISTRITO FEDERAL	JALISCO	EDO. DE MÉXICO	NUOVO LEÓN	VARIOS	OTROS ESTADOS	TOTAL
AZULEJOS Y LOSETAS	0	1	1	3	PUEBLA: 10	18	33
PARTES PREFABRICADAS DE CONCRETO	5	17	25	4	PUEBLA: 134	206	391
PERFILES, TUBERÍAS Y CONEXIONES TERMOPLÁSTICAS	7	4	8	4	BAJA CALIFORNIA: 7	26	54
ESTRUCTURAS METÁLICAS	8	23	8	10	CHIHUAHUA: 14	147	210
LAMINADOS DECORATIVOS E INDUSTRIALES	6	13	4	1		18	42

Fuente: Infoexport Colombia

Tabla 26. Fábricas por tipo de producto y tamaño

FABRICACION DE	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANA	GRANDE	TOTAL
AZULEJOS Y LOSETAS	19	5	2	7	33
PARTES PREFABRICADAS DE CONCRETO	270	81	35	5	391
PERFILES, TUBERÍAS Y CONEXIONES TERMOPLÁSTICAS	18	19	17	0	54
ESTRUCTURAS METÁLICAS	110	76	22	2	210
LAMINADOS DECORATIVOS E INDUSTRIALES	24	11	4	3	42

Fuente: Infoexport Colombia

Las principales empresas productoras del sector de acabados para la construcción en México son:

Cemex: Compañía global de soluciones para la industria de la construcción con presencia en más de 50 países en el mundo. Fue fundada en México en 1906, es la empresa líder en la industria. Cuenta con una capacidad de producción de 97 millones de toneladas de cemento al año. Principal empresa

productora de concreto premezclado, con una capacidad de producción de aproximadamente 77 millones de toneladas métricas al año.

Cementos Cruz Azul: Inicia operaciones 1991, es reconocida por producir productos de calidad para el mercado nacional. Actualmente posee más de 40 plantas y cuenta con una producción anual de 1,300,000 m³ de concreto.

Cerámica Santa Julia: Grupo Santa Julia tiene su origen en la Mexican Sewer Pipe Company, establecida en 1894, cuenta con una planta dedicada a la fabricación de adhesivos cerámicos, boquilla y sanitarios que completo el ramo de la Cerámica, además de empresas dedicadas al transporte de carga y a la construcción de nueva infraestructura mobiliaria, así como tabiques comprimidos, tejas y losetas para pisos y recubrimientos.

Panel Rey: Empresa 100% mexicana, que ofrece un sistema integral de construcción, basado en una estructura de acero galvanizado cubierta de paneles de yeso, los cuales exceden las normas ASTM, lo que les permite ser líderes en el mercado nacional y exportar a Estados Unidos, Canadá, Centro y Sudamérica.

Vitro Fibras: Es el principal fabricante de vidrio en México y uno de los más importantes en el mundo que cuenta con 100 años de experiencia en el mercado. Con base en Monterrey y fundada en 1909, Vitro cuenta actualmente con una amplia red de distribución en 10 países de América y Europa.

Fester: Es una marca de productos químicos para la construcción que cuenta con más de 50 años de presencia en el mercado mexicano, desde sus inicios se ha mantenido siendo el líder en la línea de impermeabilizantes, actualmente la línea de productos para concreto con productos como Festergrout y Festerbond se ubican en las marcas con mayor demanda en el mercado de la construcción.

Productos Nacobre: Es una de las corporaciones más importantes de América Latina dedicada a la fabricación, comercialización y distribución de productos de cobre y sus aleaciones, aluminio laminado y extruido. Sus principales marcas son: Nacobre, Cobrecel, Almexa, Alupak, Alurey y Conesa. Sus productos están presentes en más de 60 países y cuenta con oficinas propias en USA y Alemania, así como oficinas de representación en varios países.

5.3. Presentaciones (empaques, diseño y embalaje) de productos relevantes por canal de comercialización

A continuación se presenta una descripción detallada de acuerdo a las categorías en las que se clasifican los productos en el sector. La descripción incluye presentación, marcas y precios.

En la categoría de plástico y sus manufacturas, se pueden encontrar marcas como Vynilas, Interceramic, Kohler y Rotoplas. Las presentaciones más comunes son por pieza o por metro². Los principales productos que se incluyen en esta categoría son baldosas de plástico, losetas vinílicas, bañeras, cisternas, asientos y sus tapas. El precio de estos productos va desde 3.76 a 179.92 USD.

En cuanto a madera, carbón vegetal y manufacturas de madera se encuentran marcas como Traffic Master, Teckno Step, Gumont y Masonite. Su presentación puede ser por pieza o por metro cuadrado. Los productos que se incluyen en esta categoría son: tableros o tablillas de madera para revestimiento, puertas de madera y sus marcos. El precio de estos productos va desde 11.53 hasta 240 USD.

En la categoría de corcho aglomerado se pueden encontrar marcas como Brunssen, Adosa y Everest. La presentación de estos productos puede ser por

pieza (generalmente por rollo) o por láminas en metros cuadrados. Se pueden encontrar productos como losas, mosaicos o pisos principalmente. Su precio va desde 12.89 a los 13.76 USD aproximadamente.

En lo que se refiere a alfombras y demás revestimientos para el suelo, de materia textil se encuentran marcas como Luxor, Terza, Dulce Hogar, Tamsa, entre otros. Las presentaciones más comunes son por pieza o por metro cuadrado. Se pueden encontrar productos como alfombras sintéticas, alfombras tejidas a mano, Alfombras Kilim y Soumak. El precio de estos productos va desde 5.38 hasta 807 USD.

En cuanto a manufacturas de piedra, yeso fraguable, cemento, amianto (asbesto), mica o materias análogas, se encuentran marcas como: Lamosa, Interseramic y Decor Arte. Su presentación puede ser por pieza o por metro cuadrado. En esta categoría se incluyen principalmente losetas, baldosas, mosaicos, azulejos y cornisas, así como inodoros, lavabos, y bañeras. Su precio va desde 4.92 a 1307.69 USD.

En la categoría de manufacturas de fundición, hierro o acero se pueden encontrar marcas como: Steelcraft, Ceco Door, Philips y Tinox. La presentación más común es por pieza. Los productos que se incluyen son: cisternas, chapas, cerraduras, marcos para puertas y ventanas. El precio de estos productos va desde 13.84 a 1946.15 USD.

En lo que se refiere a aluminio y sus manufacturas, se encuentran marcas como Tanquinox. La presentación más común es por pieza. Los productos que se incluyen en esta categoría son: cisternas y depósitos. Su precio va desde 153.84 a 1443.84 USD.

En la categoría de reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; partes de estas máquinas o aparatos, se pue-

den encontrar marcas como Koholer, Docol y Fima. Su presentación es por pieza y se incluyen en esta categoría a los artículos de grifería. El precio de estos productos va desde 20.80 a 162.30 USD.

Ver Tabla No. 22 referente a la descripción de los principales productos, para conocer algunas presentaciones disponibles en el mercado.

5.4. Perfil de principales competidores

A continuación se presenta un perfil de los principales competidores en el mercado mexicano:

Abastecedora de Muebles y Acabados LOTS

www.lotsmexico.com

Empresa dedicada a la fabricación e instalación de muebles y acabados sobre diseño para tiendas departamentales y de autoservicio, restaurantes, bares, boutiques, oficinas, zapaterías, cafeterías, panaderías, spa-hoteles, conjuntos especializados en el manejo de materiales como son: maderas finas, madera tallada, mdf, acero inoxidable, acrílico, tapices especiales, vidrio, aluminio, enchapados, laminados plásticos, tabla roca, pisos laminados, colocación de piedras especiales, mármol, losetas, entre otros.

Dekored

www.dekored.com

Elaboración y venta de artículos de poliestireno como medallones, moldes de poliestireno, molduras de poliestireno, productos decorativos y vigas.

Industrias de Materiales para la Construcción S.A. de C.V.

Fabricación de impermeabilizantes elastoméricos, aditivos, adhesivos para concreto, impermeabilizantes asfálticos, acelerantes, pinturas vinílicas, pinturas acrílicas, esmaltes, membranas para fraguado de concreto, selladores vinílicos, cemento

plástico blanco y negro, texturizados, pinturas para tráfico y alberca.

Altos Hornos de México, S.A.B. de C.V.

www.ahmsa.com

Empresa mexicana de siderúrgica integrada. AHMSA comercializa productos planos: lámina rolada en caliente, placa, lámina rolada en frío, hojalata y lámina cromada. Sus oficinas corporativas se localizan en Monclova, Coahuila, en la Región Centro del estado de Coahuila, a 250 kilómetros de la frontera con Estados Unidos. AHMSA opera una extensa cadena industrial desde la extracción de minerales de hierro y carbón hasta la manufactura de aceros. Cuenta con dos plantas siderúrgicas en la ciudad de Monclova, que cubren una extensión de 1,100 hectáreas.

Megalita S.A. de C.V.

www.megalita.com.mx

Inicia operaciones en 2004 en la planta ubicada en el municipio de Conkal Yucatán. Ofrece productos de material triturado de piedra como polvo, grava, gravilla, material cementante, sahascab, escombro, principalmente. También, realiza inversiones en la fábrica de blocks y bovedillas, con el fin de ofrecer otros productos necesarios para la construcción de infraestructura. Megalita pertenece a Emme Corporativo mismo que aglutina divisiones en el ramo de la construcción EMESUR (constructora), y de venta de Gasolina y Diesel con red de estaciones de servicio.



6. Proceso de importación

6.1. Principales puertos de entrada

Puerto de Manzanillo

El puerto de Manzanillo se encuentra en el estado de Colima. Su ubicación estratégica lo convierte en el principal vínculo entre el Océano Pacífico y el corredor industrial y comercial más importante del país, además de ser una posición ideal para el comercio con Estados Unidos, Canadá, Sudamérica y los países en la Cuenca del Pacífico.

El Puerto de Manzanillo abarca 437 hectáreas, incluyendo las zonas de agua, muelles y zonas de almacenamiento. Actualmente cuenta con 17 posiciones de atraque y 14 hectáreas de almacenamiento equipadas con 13.5 kilómetros de vías férreas y 5.4 kilómetros de vialidades. Las 26 líneas navieras que escalan de forma regular en Manzanillo lo conectan con 74 destinos en el mundo.

Puerto de Veracruz

El puerto tiene una extensión de más de 600 hectáreas, en tierra y agua, con 19 posiciones de atraque en nueve muelles con terminales de contenedores, usos múltiples, automóviles, fluidos

y gránulos minerales y agrícolas. También hay un muelle que recibe cruceros y otro de Petróleos Mexicanos. La mercancía que se transfiere en el puerto de Veracruz es para consumo interno y exportación hacia y desde Florida, Europa y el norte de África.

Actualmente, este puerto está aplicando un proyecto de ampliación en el que se invertirán 2 mil 311 millones de dólares para aumentar su capacidad, la cual pasará de 19.5 millones de toneladas a 118 millones. La ampliación agregará 34 posiciones de atraque en un área de 300 hectáreas. Esto permitirá recibir barcos con una capacidad de hasta ocho mil 500 contenedores.

Puerto de Tampico

Es considerado el segundo puerto de altura en importancia en el Golfo de México y a nivel nacional. Sus terminales públicas cuentan con 2,147 metros lineales de muelles, 6 terminales privadas y 10 patios para la construcción de plataformas marinas.

Sus conexiones más importantes a nivel internacional son con Japón, Rusia, Canadá, Estados Unidos, Bélgica, Australia, Alemania, Brasil, Ingle-

terra, Cuba, Bahamas, Panamá, Chile y Colombia. A nivel nacional, ocupó el tercer lugar en el manejo de carga general suelta y granel mineral, el quinto sitio en productos agrícolas a granel y el cuarto puesto en carga contenida. Es una puerta importante para el comercio exterior en materia industrial, agrícola y mineral gracias a sus excelentes conexiones ferroviarias y carreteras con los principales corredores industriales del país y enlaces marítimos con el mundo.

6.2. Regulaciones arancelarias y no arancelarias: impuestos a la importación, permisos sanitarios, certificaciones, entre otros. (de las fracciones arancelarias más relevantes del sector).

Valor del arancel por posición arancelaria

Clasificación: México utiliza el Sistema Armonizado de Mercancías², lo que hace compatible su sistema de clasificación de importaciones/exportaciones con el de la mayoría de los países con los que comúnmente comercializa.

Valorización: La valorización de las mercancías que se utiliza para calcular el valor del arancel, es el Valor en Aduana de las Mercancías (VAM), que corresponde al Valor de la Factura, más los incrementos. México ha adoptado las reglas de valorización aprobadas por la OMC.

Los incrementos son todos aquellos gastos que el importador debe de cubrir antes de que se haga el proceso de desaduanamiento de las mercancías en México.

Sobre los siguientes montos se calcula el IVA: Impuesto General de Importaciones (IGI), Derecho

de Trámite Aduanero (DTA) y Cuota Compensatoria (CC)

Tasas: El rango va desde 0 a 30%, aunque la mayoría de los productos están en el rango de 3 a 18%.

Industrias Protegidas: Sólo unas pocas industrias como la automovilística y farmacéutica, cuentan con cierta protección.

Tasas Preferenciales: México tiene tasas preferenciales con aquellos países con los que tiene acuerdos comerciales.

Tabla 27. Aranceles e impuestos de los capítulos 39, 45, 57, 68, 69, 73, 74 y 84

Impuesto al Valor Agregado (IVA)	Arancel
A la Importación:	A la Importación:
Todas las partidas pagan un 16% de IVA si son importadas a territorio mexicano, excepto aquellos productos que se dirigen a las zonas de Región Fronteriza, los cuales pagan un 11% de IVA.	Exentas al pago de arancel todas las partidas procedentes de Colombia.
	Exportación:
	Exento de arancel a la exportación para todas las partidas

Fuente: Sistema Integral de Información en Comercio Exterior (SIICEX) de la Confederación de Asociaciones de Agentes Aduanales de la República Mexicana (CAAAREM).

De acuerdo al Sistema de Información Arancelaria de la Secretaría de Economía en los capítulos 39, 45, 57, 68, 69, 73, 74 y 84, las partidas deben pagar un IVA (Impuesto al Valor Agregado) general del 16%. Si los productos tienen destino para su comercialización en la zona de Región Fronteriza estos productos deben de pagar un 11% de IVA.

Gran parte de los productos del sector de acabados de la construcción provenientes de otros países están exentos al pago de arancel, debido a

2. T.I.G.I.E. (Tarifa del Impuesto General de Importación y Exportación)

los tratados de libre comercio en los que México participa. En el caso de Colombia en particular, todos los productos están exentos del mismo.

En cuanto a las exportaciones se refiere el arancel queda exento en todas las partidas.

Acuerdos comerciales vigentes en el país de estudio

México y Colombia firmaron en 1994 un Tratado de Libre Comercio, conocido como G-3 (anteriormente incluía también a Venezuela)³ y entró en vigor el 1° de enero de 1995. Los sectores textil, petroquímica y agrícola son los últimos en desgravarse.

El objetivo del Tratado es crear un espacio libre de restricciones, prevaleciendo el libre flujo de mercancías, la libre competencia, normas técnicas, calidad de los productos y el crecimiento económico continuo, además de ampliar los vínculos comercial y económico entre los países signatarios.

Regulaciones, decretos y legislación específica de los productos ó servicios que hacen parte del sector a analizar

Padrón de importadores: Los importadores deben contar con una licencia de importación (Padrón de Importadores), la cual es otorgada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

El Padrón Sectorial son licencias especiales y normalmente son aplicadas en el caso de importaciones que estén relacionadas con salud, ecología, calidad y protección de los derechos del consumidor por lo que en el caso del sector editorial no aplica.

Normas Oficiales Mexicanas: Las normas mexicanas NOM (Normas Oficiales Mexicanas- Ley

Federal de Metrología y Normalización) regulan la entrada de todo tipo de productos, los cuales deben cumplir con información comercial, sanitaria, y procedimientos que ésta determine. Cabe señalar, que las normas obligatorias válidas para Colombia pueden ser distintas a las del mercado mexicano, pero aún así deben cumplirse tanto para el mercado nacional colombiano como para el mercado de destino.

Las NOM hacen referencia al etiquetado, obligan a cumplir con información como: nombre y dirección del importador, nombre del exportador, marca o nombre comercial del producto, contenido neto, instrucciones de uso, de manejo, cuidados y precauciones al utilizar el producto. Es aconsejable también colocar el país de origen, y el No. tributario del importador conocido en México como RFC (Registro Federal de Contribuyentes). Es indispensable que el importador proporcione la información adecuada y completa.

Tabla 28. Regulaciones de los capítulos 39, 45, 57, 68, 69, 73, 74 y 84

NOM-050-SCFI-2004	sobre información comercial-etiquetado de los acabados para la construcción.
NOM-006-CNA-1997	especificaciones y métodos de prueba de las fosas sépticas.
NOM-005-CONAGUA-1996	especificaciones y métodos de prueba para fluxómetros.
NOM-010-CONAGUA-2000	métodos de prueba y especificaciones de válvulas de admisión y descarga.
NOM-009-CONAGUA-2001	especificaciones y métodos de prueba de inodoros.
NOM-093-SCFI-1994	especificaciones de seguridad y criterios básicos de fabricación, selección, pruebas de funcionamiento, instalación, uso y mantenimiento de válvulas de relevo de presión (artículos de grifería).

Fuente: Sistema Integral de Información en Comercio Exterior (SIISEX) de la Confederación de Asociaciones de Agentes Aduanales de la República Mexicana (CAAAREM)

Respecto a las regulaciones, las fracciones y partidas 3918, 3922, 4504, 57, 690810, 690890, 691010, deben cumplir con la Norma Oficial Mexicana actual denominada NOM-050-SCFI-2004 referente a las especificaciones sobre la

3. www.economia.gob.mx/swb/work/models/economia/Resource/412/1/images/resumen_G3.htm

información comercial, que los fabricantes nacionales y extranjeros deben incorporar en los acabados de la construcción.

Esta información debe incorporarse antes de la internación de los productos al país y debe contener: Nombre o denominación genérica, cantidad o número de piezas, razón social, país de origen, entre otros.

La fracción 84818021 debe cumplir con las siguientes Normas: NOM-093-SCFI-1994, establece las especificaciones de seguridad y criterios básicos de fabricación, selección, pruebas de funcionamiento, instalación, uso y mantenimiento de válvulas de relevo de presión (artículos de grifería), tanto nacionales como de importación. La NOM-005-CONAGUA-1996, que establece las especificaciones y métodos de prueba que deben cumplir los fluxómetros para tazas de inodoros y mingitorios con el fin de asegurar el ahorro de agua en su uso y funcionamiento hidráulico. Además de la NOM-010-CONAGUA-2000, la cual define los métodos de prueba y especificaciones

que deben de cumplir las válvulas de admisión, descarga y elementos de operación y/o sello que se instalan en los tanques de inodoros, con el fin de asegurar el consumo eficiente del agua.

La subpartida 69101001, deberá de cumplir con la Norma Oficial Mexicana actual denominada NOM-009-CONAGUA-2001 que establece las especificaciones y métodos de prueba que deben cumplir los inodoros tanto de fabricación nacional como de importación, con el fin de asegurar el ahorro de agua en su uso y funcionamiento hidráulico.

La subpartida 730900, estas sujeta al cumplimiento de la Norma Oficial Mexicana actual denominada NOM-006-CNA-1997, la cual establece las especificaciones y métodos de prueba de las fosas sépticas de fabricación nacional o de importación que se comercialicen en el país, para el tratamiento preliminar de las aguas residuales de tipo doméstico, con el fin de asegurar su confiabilidad y contribuir a la preservación de los recursos hídricos y del ambiente.



7. Estrategias de promoción y marketing

7.1. Eventos de promoción: ferias y exposiciones nacionales y regionales

Los principales eventos del sector de acabados para la construcción en México son:

Expo Cihac

Se lleva a cabo en octubre en las instalaciones de Centro Banamex en la Ciudad de México. Es la exposición más importante a nivel nacional en el sector de la construcción.
www.expocihac.com

IV Salón Internacional de la Edificación

Se lleva a cabo en febrero en el Salón de Exposiciones del World Trade Center (WTC) en el Distrito Federal.
www.saiemexico.com

Expo Lighting América

Exposición que reúne a los principales representantes del sector de iluminación en México. Se lleva a cabo en febrero en Centro Banamex en el Distrito Federal.
www.e-la.mx

Expo Constructo 2011

Exposición del sector de la construcción que se lleva a cabo en agosto en el centro de exposiciones CINTERMEX en Monterrey, Nuevo León.
www.constructo.com.mx

7.2. Publicaciones del sector

Directorios

Cosmos

www.cosmos.com
Cosmos es un directorio de empresas de todos los sectores en México.

Directorio de la Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción

www.cmic.org
La CMIC publica en su sitio web un directorio de empresas relacionadas con la industria de la construcción.

Espacios

www.espacios.com
Directorio en internet e impreso de empresas relacionadas con la industria de la construcción y acabados.

Construguía

www.construguia.com.mx

Directorio de empresas relacionadas con la industria de la construcción y acabados.

Construportal

www.construportal.com

Directorio de empresas relacionadas con la industria de la construcción y acabados.

Revistas y publicaciones electrónicas e impresas sobre el sector

Arquitectura y Acabados

www.arquitecturayacabados.com

Revista dedicada a los temas de construcción y mantenimiento.

Arq Buscador de Arquitectura

www.arq.com.mx

Colección de enlaces, documentos y noticias sobre arquitectura y temas relacionados.

Casa y Estilo Internacional

www.casaestilo.com

A+D

www.adenlinea.com.mx

Revista de arquitectura y diseño.

7.3. Estrategia recomendada de promoción

Páginas en Internet

El acceso a los productos de la empresa a través de su página web es esencial para una primera impresión de la empresa y sus productos, ya que el consumidor puede hacerse una idea del tipo de empresa con la que está tratando en función de su diseño y funcionalidades. La información sobre las características técnicas de los productos es también un elemento muy importante. Esta debe estar en continua actualización, principalmente

en cuanto al catálogo de productos, las ferias o showrooms, en los que participará e información sobre los concursos a los que se presente y/ o en su defecto se hayan ganado. Finalmente, se recomienda también el envío de información especializada a través del correo electrónico de forma continuada a modo de newsletter.

Catálogos

El catálogo físico en papel y/o muestrario tiene una importancia vital en este mercado. En cualquier caso el catálogo nunca deberá sustituir a la página web, ya que son dos canales de distribución complementarios.

Showrooms

Una de sus ventajas es que permite a la empresa exhibir no sólo una pequeña parte de su colección, como sucedería en un stand en una exposición, sino prácticamente toda su gama de productos. Cuando la empresa tiene ya experiencia en el mercado y ventas que soporten la inversión, una buena alternativa para acceder a los especificadores es contar con un espacio de showroom propio en alguno de los principales centros de diseño del país o establecer una filial.

Publicaciones especializadas

Es un medio para llegar al contacto adecuado por medio de la publicidad en las revistas especializadas. A los arquitectos y diseñadores, empresas industriales prescriptoras de proyectos y los agentes, se puede acceder directamente y mediante publicidad, mientras que a las publicaciones especializadas se llega a través de los departamentos de comunicación de las empresas.

Expos y ferias

La participación en ferias juega un papel importante en México, ya que la mayoría tiene lugar en

la Ciudad de México y atrae a todo tipo de profesionales procedentes de toda la república. Para el público local es muy importante ver físicamente los productos de las empresas y una feria es un lugar idóneo para mostrar la oferta de su gama de productos y establecer contactos directos con los responsables de compras de un proyecto, ya que la figura del prescriptor suele acudir a ferias para conocer las últimas tendencias internacionales de productos.

Promoción

Participar en acciones promocionales de las asociaciones sectoriales y organismos oficiales es importante para las empresas extranjeras. Participar en misiones comerciales, y visitas a ferias es uno de los medios de promoción más comunes.

7.4. Recomendaciones para selección de importadores/distribuidores

Una vez evaluadas las oportunidades en el mercado mexicano, las empresas colombianas habrán de decidir cómo quieren comercializar el producto o servicio en México. Los métodos más comunes para la comercialización de productos en el país son la comercialización directa o la comercialización indirecta a través de intermediarios.

La comercialización directa requiere principalmente que el proveedor se ubique en el país para garantizar o asegurar que se cubra la demanda del consumidor. Sin embargo el proveedor se hace acreedor a una serie de obligaciones fiscales y la inversión es mayor.

Para las empresas pequeñas y medianas, la comercialización indirecta a través de intermediarios es una opción más factible, ya que ofrecen la representación de la empresa y la venta y colocación del producto en el mercado local evita que la

empresa comprometa una cantidad importante de recursos (tiempo y dinero) en el proceso de venta. La ventaja de este esquema es que las empresas locales ya cuentan con la experiencia y el know-how del mercado, lo que reduce el riesgo para el exportador.

Para este caso, los principales puntos que una empresa colombiana debe considerar al seleccionar un intermediario en México son:

- Que sea una empresa legalmente establecida.
- Ventas anuales.
- Número y calidad de puntos de venta, número de personal de venta (propio) y de apoyo.
- Experiencia en importación de productos.
- Experiencia en la categoría de producto.
- Capacidad mercadológica y promocional.
- En caso de tener alcance regional, que no solicite contrato de exclusividad.



8. Contactos

8.1. Cámaras y asociaciones

Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción

Periférico Sur N° 4839
Col. Parques del Pedregal
14010, México DF
Tel: (52 55) 5424 7400
www.cmic.org

Asociación mexicana que desde 1953 ha reunido a empresarios, dedicándose a representar sus intereses, fomentar su productividad, impulsar su crecimiento, incrementar su competitividad y promover el desarrollo profesional y humano. Los servicios que la Cámara brinda son representación y gestión, ingeniería de costos, economía y estadística, vivienda y desarrollo humano, asesorías, capacitación, educación superior, certificación y desarrollo tecnológico, programa de validación, descuentos exclusivos a socios de la Cámara y promoción de negocios. La Cámara cuenta con un Instituto de Capacitación de la Industria de la Construcción, Instituto Tecnológico de la Construcción, Fundación de la Industria de la Construcción y el Centro de Operadores y Mecánicos. Actualmente tiene alrededor de 8 mil socios.

Centro de Arquitectura y Diseño (CAD)

Av. Juan Vázquez de Mella 481
Col. Los Morales Polanco
11510, México DF
Tel: (52 55) 1085 5430
www.cadmexico.com.mx

Centro fundado en 2005 para dar soluciones integrales a las necesidades del público amante del diseño de interiores como arquitectos y diseñadores mexicanos. Reúne un vasto catálogo de proveedores del interiorismo, además agrupa más de 50 tiendas que representan aproximadamente 700 marcas a nivel mundial. A través de Showrooms especializados.

Colegio de Arquitectos de la Ciudad de México

Sociedad de Arquitectos Mexicanos
(CAMSAM)
Constituyentes No. 800
Col. Lomas Altas
11950, México DF
Tel: (52 55) 9177 8900
Tel: (52 55) 01 800 8327568
www.colegiodearquitectosdemexico.org

Colegio fundado en 1919, más tarde se modificó su nombre por Sociedad de Arquitectos Mexica-

nos. Es una organización de carácter local formada por profesionales de la arquitectura con título y cédula profesionales de la carrera de Arquitectura. Entre sus acciones destacan la defensa de los derechos de sus agremiados, promoviendo y reconociendo a los arquitectos que destaquen en la práctica, investigación y enseñanza de la arquitectura, al difundir leyes, reglamentos y normatividades que emiten las autoridades y crear el arancel para el cobro de los honorarios profesionales de los arquitectos.

Sociedad Mexicana de Interioristas A.C.

José María Vigil No. 2944
Col. Providencia
44630, Guadalajara, Jalisco
Tel: (52 33) 3640 1949
Tel: (52 33) 3641 5157
www.sociedadmexicanadeinterioristas.com

Sociedad civil sin fines de lucro, fundada por jóvenes profesionistas de todas las generaciones en el 2003, en el Museo Franz Mayer de la Ciudad de México. Su principal finalidad es la de vincular a todos los profesionales, empresas e instituciones que forman parte de la industria de la arquitectura, diseño y decoración de interiores y la de promover las trayectorias profesionales, educativas, de divulgación, industriales y comerciales de todos los que intervienen en estas disciplinas. La Sociedad fue admitida por la International Federation of Interior Architects/designers, como miembro profesional asociado en 2005 en Copenhague, Dinamarca.

8.2. Distribuidores

Click Diseño y Acabados
Calle 13 de Septiembre No. 76
Col. Escandón
11800, México DF
Tel: (52 55) 2614 1719, 5271 3576
www.clickacabados.com

Compañía distribuidora desde 1997, provee acabados, productos y servicios para obras arquitectónicas residenciales, hoteleras, industriales, interés social y sobre todo en lugares de playa y cabañas, además realiza trabajos en obra nueva, prevención, mantenimiento, decoración y restauración. Sus principales productos son focos ahorradores de luz, lámparas, ventiladores de techo y ventiladores decorativos, acabados para madera CWF-UV, tratamientos anti parásitos para madera (venenos), retardantes al fuego para madera, selladores penetrantes para piedra y concreto de excelente calidad para interior y exterior.

Acabados Diconca, S.A. de C.V.

Agustín González de Cossío No. 824-406
Col. Tlacoquemecatl del Valle
03100, México DF
Tel: (52 55) 5559 0518, 2066
www.diconca.com.mx

Acabados Diconca son distribuidores directos de alfombras, compuesto de aluminio, fachadas y plafones. Cuenta con alianzas comerciales con fabricantes de acabados de especialidades para la construcción.

Decomex AG Plafones

Guadalupe I Ramírez 851 Loc 1
Col. Sta María Tepepan
16030, México DF
Tel: (52 55) 5641 1923
Fax: (52 55) 5641 0389

Empresa dedicada a la venta e instalación de muros, plafones, acabados, tablaroca, instalaciones, diseño arquitectónico, muros divisorios, muros prefabricados, acabados, cancelas, obra civil, construcción en general, diseño estructural, mayoreo, menudeo, venta e instalación de tablaroca, diseño y fabricación de muebles.

Entre las marcas que maneja se encuentran: Tablaroca, Usg metales, Durock, Corev, etc.

Glomarza SA de CV

Lirio No.61
Col. Los Ángeles Apanoaya
09710, México DF
Tel: (52 55) 5690 3636
www.glomarza.com

Empresa fundada en 1992, se dedica a la distribución de materias primas para la elaboración de pinturas, pastas, impermeabilizantes, aditivos para concreto y demás productos enfocados al área de la construcción y decoración, acabados para construcción, pigmentos, pintura vinílica, adhesivos, resinas.

D'Kora / DKora / Dekora / D Kora

División del Norte No. 610
Col. del Valle
03100, México DF
Tel: (52 55) 5536 6741
Fax: (52 55) 5543 3938
www.dkora.com.mx

Empresa mexicana especializada en acabados y recubrimientos. Sus principales marcas son: Corian, Zodiaq, Ralph Wilson, Cubiertas de Lamina-do, Pisos de Madera, Cubiertas Zodiaq, Cubiertas Corian, Sub-Zero, Wolf, Smeg, Dexq, Rexcel, Formica, Formaica, Nevamar, Dekodur.

Construcasa del Sur, S.A. de C.V.

Central Oriente No. 39-A
Col. Centro
30700, Tapachula Chiapas
Tel. (52 962) 625 5588
www.construcasa.com.mx

Empresa dedicada a la venta de tablaroca, aluminio, tejas, formaica, plafones, puertas, ventanas y todo lo relacionado con acabados para la construcción.

Diseño e Instalación de Mármol, S.A. de C.V.

Xóchitl No. 4555
Col. Prados Tepeyac
45050, Zapopan, Jalisco
Tel: (52 33) 3123 2671, 0705, 3647 5949
Fax: (52 33) 3123 0704
www.expomarmol.com.mx

Empresa que ofrece productos de mármol en pisos, escaleras, cocinas, baños, chimeneas, molduras, amplia variedad nacionales e importados.

Murex Acabados

Allende No. 95
Col. Jacotán
Zapopan, Jalisco
Tel: (52 55) 3627 3301, 3302
www.murex.com.mx

Empresa mexicana fundada en Guadalajara Jalisco con más de 28 años de experiencia, dedicada a dar mantenimiento y renovación a las construcciones. Distribuye productos como impermeabilización, texturizados y pinturas, muros interiores y exteriores, plafones.

Aplica Recubre y Decora, S.A. de C.V.

Av. 8 de Julio No. 2390
Col. Zona Industrial
44940, Guadalajara Jalisco
Tel: (52 33) 3812 2004, 3812 2005
Fax: (52 33) 3673 0027
www.marmoletti.com

Empresa mexicana fundada en 1991 en Guadalajara, Jalisco. Ofrece acabados para la construcción como pinturas domésticas, industriales y especializadas, atendiendo al mercado residencial, comercial e institucional. Distribuye la marca caesarstone (superficies de cuarzo). Cuenta con 4 depósitos: Guadalajara, Los Cabos, Colima y Aguascalientes.

8.3. Fabricantes

Abastecedora de Muebles y Acabados LOTS

Av. Revolución No. 425 Int. 101

San Pedro de Los Pinos

03810, México DF

Tel: (52 55) 5276 5846

www.lotsmexico.com

Empresa dedicada a la fabricación e instalación de muebles y acabados sobre diseño para tiendas departamentales y de autoservicio, restaurantes, bares, boutiques, oficinas, zapaterías, cafeterías, panaderías, spa-hoteles, conjuntos Especializados en el manejo de materiales como son: maderas finas, madera tallada, mdf, acero inoxidable, acrílico, tapices especiales, vidrio, aluminio, enchapados, laminados plásticos, tablaroca, pisos laminados, colocación de piedras especiales, mármol, losetas, entre otros.

Dekored

Lima No. 2

Col. Las Américas

53040, Naucalpan Edo de México

Tel: (52 55) 2789 7909

Fax: (52 55) 5877 3157

www.dekored.com

Elaboración y venta de artículos de poliestireno como medallones, moldes de poliestireno, molduras de poliestireno, productos decorativos y vigas.

Industrias de Materiales para la Construcción S.A. de C.V.

Del oro No. 120

Col. Parque Industrial

83299, Hermosillo, Sonora

Tel: (52 662) 251 0721

Fabricación de impermeabilizantes, elastoméricos aditivos, adhesivos para concreto, impermeabilizantes, asfálticos acelerantes, pinturas vinílicas, pinturas acrílicos, esmaltes, membranas para fra-

guado de concreto, selladores vinílicos, cemento plástico blanco y negro, texturizados, pinturas para tráfico y alberca.

Fórmicade México, S.A. de C.V.

Viaducto Miguel Alemán No. 55

Col. Buenos Aires

06780, México DF

Tel: (52 55) 5634 8620

www.formica.com

Líder en superficies decorativas como laminado plástico decorativo, superficie sólida, laminado chapa de madera natural, laminados metálicos, formica tile y fórmica flooring (pisos).

Altos Hornos de México, S.A.B. de C.V.

Prol. Juárez s/n, edificio GAN Modulo II

Col. La Loma

25770, Monclova, Coahuila

Tel: (52 866) 649 3400

Fax: (52 866) 633 2390

www.ahmsa.com

Empresa mexicana de siderúrgica integrada. AHMSA comercializa productos planos: lámina rolada en caliente, placa, lámina rolada en frío, hojalata y lámina cromada. Sus oficinas corporativas se localizan en Monclova, Coahuila, en la Región Centro del estado de Coahuila, a 250 kilómetros de la frontera con Estados Unidos. AHMSA opera una extensa cadena industrial desde la extracción de minerales de hierro y carbón hasta la manufactura de aceros. Cuenta con dos plantas siderúrgicas en la ciudad de Monclova, que cubren una extensión de 1,100 hectáreas.

Megalita S.A. de C.V.

Km. 3 Carretera Conkal- Chicxulub Pueblo s/n

Col. Pueblo Conkal

97345, Yucatán, México

Tel: (52 999) 911 0828, 0829, 0820

Fax: (52 999) 911 0828, 0829, 0820

www.megalita.com.mx

Inicia operaciones en 2004 en la planta ubicada en el municipio de Conkal Yucatán. Ofrece productos de material triturado de piedra como polvo, grava, gravilla, material cementante, sahascab, escombro, principalmente. También, realiza inversiones en la fábrica de bloques y bovedillas, con el fin de ofrecer otros productos necesarios para la construcción de infraestructura. Megalita pertenece a Emme Corporativo mismo que aglutina divisiones en el ramo de la construcción EMESUR (constructora), y de venta de Gasolina y Diesel con red de estaciones de servicio.

8.4. Desarrolladoras y constructoras

Corporación GEO, S.A. de C.V.

Margaritas No. 433
Col. Ex-Hacienda Guadalupe Chimalistac
Tel: (52 55) 5480 5000
01050, México, D.F.

Corporación GEO es una desarrolladora de vivienda de bajos ingresos líder en México y Latinoamérica. Durante su trayectoria GEO ha desarrollado y comercializado cerca de 510 mil viviendas. Es una de las empresas de viviendas más diversificadas en México, tiene presencia en 18 estados, 57 ciudades y municipios de la República. Anualmente vende más de 50.000 casas atendiendo todos los segmentos desde el económico hasta el residencial. La empresa está involucrada en todos los aspectos de adquisición de tierra, diseño, desarrollo, construcción, Mercadotecnia, Comercialización y entrega de vivienda, con la cual genera más de 7.000 empleos en nómina y cerca de 30 mil empleos eventuales de obra.

Desarrolladora Homex

Blvd. Alfonso Zaragoza No. 2204 Norte
80020, Culiacán, Sinaloa
Tel: (52 667) 758 5838
www.homex.com.mx

Desarrolladora Homex, S.A.B. de C.V. (Homex o la Compañía) es una empresa verticalmente integrada enfocada en los sectores de vivienda de interés social y vivienda media en México. Constituida en Culiacán, Sinaloa, en 1989, Homex se inició con el desarrollo de áreas comerciales, y gradualmente se enfocó en el diseño, la construcción y comercialización de viviendas. Al 31 de diciembre de 2009, Homex tenía operaciones en 34 ciudades ubicadas en 21 estados de la República. La Compañía es, además, una de las constructoras de vivienda con mayor diversidad geográfica en el país y tiene una posición líder en los cuatro mercados más importantes del país: Área Metropolitana de la Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey y Tijuana.

Sare Corporativo

Periférico Sur No. 3395
Col. Fuentes del Pedregal
14120 México, D.F.
Tel: (52 55) 5005 1400 ext. 1019
Fax: (52 55) 5005 1400
www.sare.com.mx

Sare tiene 40 años de experiencia en la industria de la vivienda. Es controladora de diversas subsidiarias dedicadas al desarrollo, promoción, diseño, edificación y comercialización de vivienda en los segmentos de interés social, medio, residencial y turístico, además de proveer otros servicios inmobiliarios. Tiene presencia en 10 estados del país: Estado de México, Puebla, Quintana Roo, Michoacán, Jalisco, Morelos, Querétaro y Guerrero.

Consorcio Ara

Av. López Mateos Sur No. 2084
Col. Chapalita Sur
45040 Zapopan, Jal.
Tel: (52 33) 3121 4440 ext. 20
www.consorcioara.com.mx

Consorcio ARA fue fundada en 1977 y cuenta con una sólida integración vertical estando organizada

como una sociedad controladora de sus subsidiarias operativas. Cuenta con tres décadas de experiencia en la construcción y comercialización de vivienda de interés social, tipo medio y residencial, además del desarrollo de otro tipo de proyectos, de índole público y privado, tales como centros comerciales, campo de golf, hospitales, escuelas, hoteles, naves industriales, oficinas administrativas y obras de infraestructura urbana de gran relevancia. Han construido alrededor de 220 mil viviendas y participa en la Bolsa Mexicana de Valores. En la actualidad tiene presencia en 19 estados del país con una reserva territorial para construir 156.665 viviendas.

Gutsa

Av. Revolución No. 1387 Col. Campestre Tlacopac
01040 México, D.F.
Tel: (52 55) 5322 8500
Fax: (52 55) 5322 8675
www.gutsa.com.mx

Empresa con 60 años de experiencia en la realización de proyectos de infraestructura y vivienda. Trabaja desde los esquemas tradicionales como contratista general, hasta el desarrollo integral de proyectos, abarcando todos los aspectos técnicos como planeación, diseño, ingenierías y ejecución, así como el armado financiero y jurídico de los mismos.

Promotora y Desarrolladora Mexicana, S.A. de C.V. (PRODEMEX)

Avenida Universidad No. 2014 Piso 2
Col. Copilco Universidad
04360, México DF
Tel: (52 55) 5147 7274
www.prodemex.com

Corporativo empresarial fundado en 1996, con sede en la ciudad de México con experiencia en áreas de negocio de la construcción, concesiones, inmobiliaria y proyectos, teniendo una alta espe-

cialización en sectores de salud, turismo e infraestructura entre otros. Es una constructora de obras públicas y privadas.

Parque Reforma

Campos Eliseos No. 400-302
Col. Lomas de Chapultepec
11000, México DF
Tel: (52 55) 5980 2400
www.parquereforma.com.mx

Empresa especializada en el desarrollo de inmuebles desde hace más de 30 años, creada en 1979. Posee experiencia en el manejo de tecnología en ingeniería sísmica, materiales, seguridad y servicios, lo cual le ha permitido participar en obras de infraestructura como carreteras, puentes, aeropuertos y presas, etc. A lo largo de 30 años ha desarrollado 10 conjuntos residenciales con más de 200.000 m² de áreas verdes, 1.021 apartamentos, 17 casas de lujo y 24 niveles de oficina.

ICA Constructores

Viaducto Río Becerra No. 27
Col. Nápoles
03810, México DF
(52 55) 5061 7000
www.ica.com.mx

Empresa fundada en 1947, ofrece servicios de ingeniería, ejecución y construcción actividades en la operación de infraestructura y el desarrollo de vivienda. Sus principales líneas de negocio son construcción civil, construcción industrial, infraestructura y vivienda, con clientes en el sector público y privado. También ha realizado obras en toda la república mexicana y a nivel internacional, tales como: Aeropuerto Internacional de la Ciudad de Toluca, Líneas del metro en la Ciudad de México, Conjunto Calakmul (La lavadora), Aeropuerto Internacional de la Ciudad de Panamá, Muelle Turístico Puerto Plata, entre otras.

Conclusiones

Actualmente la industria de la construcción tiene sus mayores oportunidades de desarrollo en las principales ciudades como México DF, Guadalajara, Monterrey, Querétaro y zonas turísticas como Cancún, Vallarta, Mazatlán e Ixtapa con el fin de incrementar el turismo y la economía del país.

El gobierno tiene planes de inversión importantes en desarrollo de vivienda económica y media en donde las grandes desarrolladoras jugarán un papel importante.

La construcción sostenible está adquiriendo mayor importancia en México, se busca recurrir con mayor frecuencia a las tecnologías y los productos de eficiencia energética tanto para construcciones comerciales como habitacionales.

En cuanto a las importaciones, a pesar de que Estado Unidos se ha ubicado como el principal proveedor, México ha diversificado sus opciones de proveeduría en acabados para la construcción, dándole oportunidad a los productos latinoamericanos como Brasil y a proveedores asiáticos.